

# Apartman Plus

Specijalizirani časopis za  
pružatelje ugostiteljskih usluga  
smještaja u domaćinstvu

ljetno 2017 · Broj 2 · Godina I

TEMA BROJA

**Obveza plaćanja  
PDV-a za  
iznajmljivače**

SAVJET

**Deset načina  
za povećanje  
popunjenosti na  
početku sezone**

Iznajmljivači iz susjedstva

**Najstariji aktivni  
mali iznajmljivač  
ima 93 godine**

Ministar Gari Cappelli

**Intervju s ministrom  
turizma**

Poseban  
prilog

**PISMO  
ZAHVALE**

Sve što ste željeli znati o poslovanju s apartmanima, sobama i kućama za odmor



Pružamo usluge unapređenja  
poslovanja za vlasnike apartmana,  
soba, kuća za odmor i male  
poduzetnike u turizmu

- OGLAŠAVANJE
- UREĐENJE
- PREZENTACIJA
- BESPOVRATNA SREDSTVA
- EDUKACIJE

Interligo  
Velebitska 148 c  
21000 Split  
[www.interligo.hr](http://www.interligo.hr)  
[interligo@interligo.hr](mailto:interligo@interligo.hr)

00385 99 319 89 62  
Skype: meri.kraljevic  
Viber: 099/3198962

00385 99 385 00 22  
Skype: anamarija.cicarelli  
Viber: 099/3850022

**Impresum:**

Apartman Plus

Specijalizirani časopis za pružatelje  
ugostiteljskih usluga smještaja  
u domaćinstvu

ISSN 2459-8852

**Izdavač:**

Interligo d.o.o.

**Sjedište:**Jobova 2  
21000 Split, Hrvatska**Redakcija:**Velebitska 148 C  
21000 Split, Hrvatska

099/319 89 62

099/385 00 22

www.interligo.hr  
interligo@interligo.hr

MB: 060295995

OIB: 59543941730

Zagrebačka banka d.d.

IBAN: HR66 2360 0001 1023 4928 0

**Glavna urednica:**Meri Čizmić Kraljević  
meri.kraljevic@gmail.com**Direktorica:**

Anamarija Cicarelli

**Grafička priprema:**Ana Luketin Fahrewald  
analf@artur.hr  
Artur j.d.o.o.**Lektorica:**

Marijeta Matijaš

**Suradnici na ovom izdanju:**Marijeta Matijaš, Rujana Lukač,  
Kruno Pekas, Nela Kovačević,  
Ana- Marija Kajić,  
Vedran Pražen, Marko Mišulić**Izvori fotografija:**arhive turističkih zajednica  
shutterstock.com

Prenošenje tekstova djelomično ili u cijelosti dozvoljeno je samo uz pismeno odobrenje izdavača i autora. Zabranjena je svaka vrsta optičkog, mehaničkog ili elektroničkog umnožavanja. Sva prava zadržana. Tekstovi i fotografije šalju se u elektronskom obliku. Stav autora teksta ne mora biti uvijek i stav izdavača. Izdavač ne može garantirati za trajnost objavljenih informacija i ne odgovara za sadržaj oglasnih stranica.

Poštovani čitatelji,  
kako smo najavili, evo i drugog  
broja našeg i vašeg časopisa.

Kroz protekle edukacije  
koje su održane u suradnji  
tvrtke Interligo i Turističkih  
zajednica došli smo do mnogih  
zanimljivih tema, ali i puno  
pitanja koje ste nam postavljali,  
a na koje smo vam *e-mailom*  
odgovarali.

Obećanje se mora ispuniti pa  
smo tako u ovom broju pisali  
o temama koje su vama jako  
bitne, vašem poslovanju, ali  
i potrebi da svoje poslovanje  
uskладite sa zakonom.

Glavna tema je obveza plaćanja  
poreza na dodanu vrijednost ili  
popularnije PDV. Kako mnogi  
od vas rade s portalima poput  
Booking.com, Homeaway,  
Airbnb i dr. te nisu sigurni  
moraju li plaćati PDV, mi smo  
u temi broja to pojasnili.

Uveli smo i novu rubriku  
"Na zahtjev iznajmljivača" u  
kojoj ćemo objavljivati teme  
za koje ste pokazali najviše  
interesa odnosno postavili  
najviše pitanja.

U ovom broju pripremili  
smo tekst o prepoznavanju  
inspektora, inspekcijskim  
iskaznicama i njihovim  
ovlastima.

Pisali smo i putovali, pa nas  
je put doveo do Slanoga kako  
bismo upoznali najstarijeg  
aktivnog malog iznajmljivača  
ujedno i najstarijeg polaznika  
edukacija Interligo. Koliko  
godine nisu važne za uspješno  
poslovanje pročitat ćete u ovom  
broju časopisa.



Bili smo i na otoku Pagu, na  
sajmu cvijeća. Tamo smo dobili  
korisne savjete od popularne  
vrtlarice koje bilje i na kojem  
području treba saditi da bi nam  
okućnice izgledale privlačnije u  
autohtonom okruženju.

Tu su rubrike sa  
zanimljivostima, novim  
idejama, savjetima,  
preporukama.  
Svatko može naći nešto korisno  
za sebe i svoje poslovanje.

Na kraju, nadamo se da vam  
vrijeme u čitanju ovog časopisa  
prođe ugodno i korisno, a ako  
prihvatite savjet koji smo vam  
ponudili, smatrat ćemo to  
našim velikim uspjehom.  
Časopis postoji radi vas,  
trajat ćemo onoliko koliko  
postoji potreba za učenjem,  
istraživanjem, svladavanjem  
novih termina ali i tehnologija.

Budite aktivni i dalje, šaljite  
nam pitanja, pohvale ali i  
kritike.

Želimo vam uspješnu i dugu  
sezonu!

Meri Čizmić Kraljević

## 6. OBVEZA PLAĆANJA PDV-a ZA IZNAJMLJIVAČE KOJI NISU OBVEZNICI PDV-a



- 3. Riječ urednika
- 10. Kako prepoznati inspektora
- 12. Otkaz rezervacije – kada vratiti uplaćenu akontaciju
- 14. e-Visitor / [www.croatia.hr](http://www.croatia.hr) kao nov kanal oglašavanja
- 20. Zahvalimo gostima što su izabrali naš smještaj
- 22. 10 načina za povećanje popunjenosti na početku sezone, u zadnji tren

## 30. INTEGRALNI HOTELI



## 16. Intervju s ministrom turizma





## 36. Struktura gostiju prema vrsti smještajnih jedinica

- 24. Određivanje cijena noćenja u apartmanima i kućama za odmor
- 26. Najstariji aktivni mali iznajmljivač Đino Bujak ima 93 godine
- 28. Priprema smještajnih kapaciteta za novu turističku sezonu uz RBA turističke kredite
- 34. Odgovarajte na upite gostiju iako ste puni!
- 35. Kako odraditi prijavu gostiju na eVisitor u samo nekoliko sekundi?
- 38. Što je potrebno hrvatskim privatnim iznajmljivačima da se konačno u potpunosti digitaliziraju?
- 43. TripAdvisor za iznajmljivače
- 44. Info mapa
- 47. Kako pustiti stranca u svoju vikendicu i uživati u bezbrižnom i besplatnom odmoru
- 56. Cikloturizam kao prilika unapređenja obiteljskog smještaja
- 58. Turističke zajednice
- 64. Test
- 66. Horoskop
- 68. Zabava
- 69. Zanimljivosti

## 40. Sastavite svoju poruku dobrodošlice – u slikama



## 50. Privucite goste biljkama

# OBVEZA PLAĆANJA PDV-a ZA IZNAJMLJIVAČE KOJI NISU OBVEZNICI PDV-a

---

Posljednjih mjeseci imali smo jako puno upita u vezi s plaćanjem PDV-a.

Mnogi iznajmljivači koji posluju s portalima Booking.com, Wimdu, Homeaway, Airbnb i sličnima nisu sigurni moraju li plaćati PDV, kome i zašto.

Svi koji posluju s navedenim i sličnim portalima koji pružaju elektronički obavljene usluge, u što se ubrajaju i usluge posredovanja, moraju plaćati PDV. U nastavku ćemo sve pojasniti.



### Plaćanje PDV-a na proviziju hrvatske agencije

Turistička agencija izdaje račun malom iznajmljivaču za proviziju na posredovanje i na tom računu iskazuje PDV (ako agencija posluje u sustavu PDV-a, naravno).

### Plaćanje PDV-a na proviziju agencije iz EU-a

Mali iznajmljivači nisu u sustavu PDV-a, ali po Zakonu o porezu na dodanu vrijednost porezni obveznik u smislu ovog zakona je svaka osoba koja samostalno obavlja bilo koju gospodarsku djelatnost čak i ako ta osoba nije registrirana za potrebe PDV-a kao što su to mali iznajmljivači.

**Neki portali (OTA kanali) poslat će vam račun za proviziju e-poštom (npr. Booking.com), dok neki ne šalju račun e-poštom, već potrebno je ući u korisnički račun portala i samostalno preuzeti račun za proviziju iz njega.**

Prema istom Zakonu smatra se da je mjesto obavljanja usluga poreznom obvezniku koji djeluje kao takav mjesto sjedišta tog poreznog obveznika. Drugim riječima PDV plaća se tamo gdje je sjedište poreznog obveznika, u našem slučaju malog iznajmljivača.

Privatni iznajmljivač obavezan je PDV identifikacijski broj dati stranoj agenciji koja na obavljenju uslugu posredovanja neće zaračunati PDV, već će privatni iznajmljivač biti obavezan na primljenu uslugu obračunati i platiti hrvatski PDV po stopi od 25%.

Pojasnimo: mali iznajmljivač koji posluje sa stranom turističkom agencijom mora plaćati PDV u Hrvatskoj. Ne može strana turistička agencija plaćati PDV u svojoj državi. Mali iznajmljivač dužan je stranoj agenciji dostaviti PDV identifikacijski broj te će mu strana turistička agencija ispostaviti račun na proviziju bez obračunatog PDV-a na proviziju, a on će sam obračunati PDV i podnijeti Obrazac PDV i Obrazac PDV-S u kojima će iskazati obavljenju uslugu.

**Većini iznajmljivača poznato je da se plaća provizija na račun za proviziju koju izdaje Booking.com, dok mnogi nisu sigurni treba li plaćati PDV na proviziju koju obračunava Airbnb.com. PDV na proviziju potrebno je plaćati za oba portala jednako.**

Najjednostavnije je s računom provizije otići na FINA-u ili u knjigovodstveni servis te ugovoriti uslugu po kojoj će oni obračunati PDV i ispuniti za nas potrebne obrasce. Obrasce je

moguće i samostalno ispuniti te predati u FINA-u ili poslati ih u Poreznu upravu putem ePorezne (za što je potrebno imati odgovarajući certifikat).

### Kako platiti PDV

- zatražiti PDV identifikacijski broj u Poreznoj upravi
- prikupiti račune za proviziju OTA kanala s kojima radimo
- ako uplaćujete putem FINA-e, do 20. u mjesecu potrebno je predati u FINA-u račune za proviziju i ispunjene obrasce za prethodni mjesec

### Plaćanje PDV-a na proviziju agencije iz trećih zemalja

Građani privatni iznajmljivači koji posluje isključivo s poreznim obveznicima putničkim agencijama iz trećih zemalja (one koje nemaju sjedište u EU) nisu obvezni zatražiti PDV identifikacijski broj, međutim obvezni su na primljenu uslugu posredovanja obračunati i platiti hrvatski PDV.

U tom slučaju građanin privatni iznajmljivač obavezan je za obračunsko razdoblje u kojem mu je porezni obveznik putnička agencija iz treće zemlje obavila uslugu posredovanja





obračunati i platiti hrvatski PDV koji će iskazati u prijavi PDV-a (obrazac PDV) za to obračunsko razdoblje. U prijavi PDV-a (na obrascu PDV) građanin privatni iznajmljivač vrijednost primljene usluge od poreznog obveznika putničke agencije iz treće zemlje i obračunani PDV iskazuje na rednom broju II.13.

Važno je znati i to da građani privatni iznajmljivači koji primaju usluge i od poreznih obveznika putničkih agencija iz drugih država članica EU-a i iz trećih zemalja trebaju zatražiti PDV identifikacijski broj i to 15 dana prije primanja usluga od poreznih obveznika putničkih agencija iz država članica EU-a.

U tom slučaju građanin privatni iznajmljivač prilikom poslovanja s poreznim obveznicima

---

**PDV koji plaćamo na  
proviziju OTA kanala,  
odnosno portala,  
iznosi 25%.**

---

putničkim agencijama iz trećih zemalja mora koristiti osobni identifikacijski broj (OIB), međutim može koristiti i dodijeljeni mu PDV identifikacijski broj.

Odredbama Zakona o porezu na dodanu vrijednost (Narodne novine broj 73/13, 99/13 – Rješenje USRH, 148/13 i 153/13 – Rješenje USRH) nije propisana obveza korištenja

PDV identifikacijskog broj u slučaju poslovanja s poreznim obveznicima iz trećih zemalja, međutim nema prepreke da ga osobe kojima je dodijeljen koriste i kada posluju s poreznim obveznicima iz trećih zemalja.

*\* PDV sukladno odredbama o posebnom postupku oporezivanja za telekomunikacijske usluge, usluge televizijskog emitiranja i elektronički obavljene usluge koje obavljaju porezni obveznici sa sjedištem u Europskoj uniji, ali bez sjedišta u državi članici potrošnje (tzv. MOSS) treba biti uplaćen u državni proračun Republike Hrvatske. Usluge koje pruža Booking.com, Airbnb.com i sl. smatraju se elektronički obavljenim uslugama te podliježu ovom posebnom postupku oporezivanja.*



U rubrici "Na zahtjev iznajmljivača" objavlivat ćemo tekstove s temama za koje u iznajmljivači pokazali najveći interes.

Za ovaj broj, na vaš zahtjev, obrađujemo temu o prepoznavanju inspektora. Mnogi iznajmljivači su se pitali kako će znati je li to "pravi" inspektor i kako izgleda njegova iskaznica, ima li ih više,...

# KAKO PREPOZNATI INSPEKTORA

Mali iznajmljivači tijekom svog poslovanja podliježu Turističkoj inspekciji Ministarstva turizma i inspekciji Carinske uprave Ministarstva financija.

Inspekcija carinske uprave Ministarstva financija će provjeravati jeste li platili boravišnu pristojbu, jeste li

prijavili sve goste,... Dok će Turistička inspekcija više pozornosti obratiti na sami objekt: oglašavate li objekt s više zvjezdica od onih koliko piše u Rješenju, imate li standardiziranu ploču, ...

Mnogo se puta upozoravalo u medijima na "lažne inspektore".

Kako ćemo onda biti sigurni da se radi o "pravom" inspektoru. Prema Zakonu o turističkoj inspekciji, prije početka obavljanja inspeksijskog nadzora turistički inspektor mora se predstaviti predloženjem službene iskaznice i službene značke.

Prema Zakonu o carinskoj službi, članak 18.:

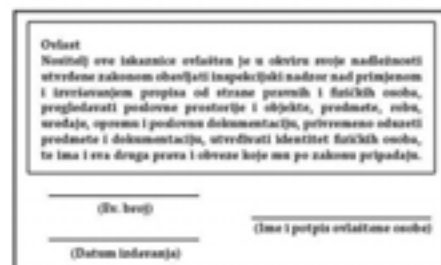
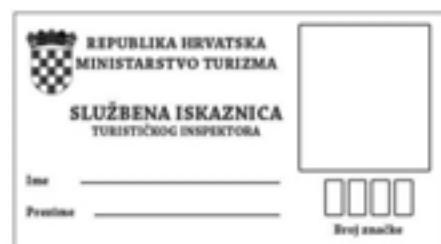
(1) Ovlašteni carinski službenik koji poslove carinske službe obavlja u civilnoj odjeći dužan je prije početka primjene carinske ovlasti predstaviti se pokazivanjem službene značke i službene iskaznice.

(2) Ovlašteni carinski službenik koji poslove carinske službe obavlja u odori dužan je na zahtjev osobe prema kojoj će primijeniti carinsku ovlast predstaviti se pokazivanjem službene značke i službene iskaznice.

(3) Iznimno, ovlašteni carinski službenik neće se predstaviti na način određen u stavku 1. i 2. ovoga članka ako okolnosti primjene carinske ovlasti ukazuju da bi to moglo ugroziti postizanje njezinog cilja. Po prestanku navedenih okolnosti ovlašteni carinski službenik će se predstaviti na način određen stavkom 1. i 2. ovoga članka.

Izgled službene iskaznice i službene značke propisan je Pravilnikom o istom.

## Značka turističkog inspektora i znak turističke inspekcije



## Značka carinskog inspektora i znak carinske inspekcije



# Otkaz rezervacije – kada vratiti uplaćenu akontaciju gostu



Ako je gost direktno došao do iznajmljivača, dakle, nije došao posredstvom turističke agencije ili portala, već je iznajmljivač s gostom direktno dogovorio i potvrdio rezervaciju, tražio je od gosta i uplatu akontacije. Vrlo često iznajmljivači dogovore sve s gostom, gost pošalje akontaciju, ali iznajmljivač nije posebno istaknuo rok otkazivanja.

Često pitanje je: treba li gostu vratiti uplaćenu akontaciju ili ne, i u kojem slučaju vratiti ovisno o roku otkazivanja?

Mnogi iznajmljivači susreću se s otkazivanjem rezervacije gosta. Ovo je jedna od onih stvari koja nas ni najmanje ne veseli.

Ako surađujemo s turističkom agencijom, otkaz rezervacije je unaprijed dogovoren i jasno je što možemo napraviti. Ako smo s turističkom agencijom dogovorili da je rok za otkazivanje rezervacije npr. 60 dana i gost otkaže prije tog roka, dužni smo mu vratiti uplaćenu akontaciju. Ako je gost otkazao unutar roka, npr. 30 dana prije dolaska, akontacija se ne vraća.

Iznajmljivači koji surađuju s portalima, kao i u slučaju

suradnje s turističkim agencijama, unaprijed određuju rok otkazivanja. Ako ste postavili rok otkazivanja od 30 dana i gost je otkazao rezervaciju prije tog roka, potrebno je gostu vratiti akontaciju. Ako je do otkazivanja

došlo primjerice 15 dana prije dolaska, akontaciju gostu niste dužni vratiti.

Ako je gost direktno došao do iznajmljivača, dakle, nije došao posredstvom turističke agencije ili portala, već je iznajmljivač s gostom direktno dogovorio i potvrdio rezervaciju, tražio je od gosta i uplatu akontacije. Vrlo često iznajmljivači dogovore sve s gostom, gost pošalje akontaciju, ali iznajmljivač nije posebno istaknuo rok otkazivanja. Često pitanje je: treba li gostu vratiti uplaćenu akontaciju ili ne, i u kojem slučaju vratiti ovisno o roku otkazivanja?

**Unaprijed odredite  
rok otkazivanja  
rezervacije!**

Ne postoji zakonska odredba koja nas u ovom slučaju obvezuje na povrat akontacije. To je prepušteno dogovoru između iznajmljivača i gosta. Stoga jako je važno da u procesu dogovaranja dolaska gosta, uplate akontacije i ostatka iznosa, navedete i uvjete otkazivanja rezervacije. Ako ste gostu naznačili da je rok otkazivanja u kojem vraćate akontaciju npr. 30 dana, onda će gost znati hoćete li mu vratiti uplaćenu akontaciju ili ne. Ako to niste istaknuli, onda je stvar vaše dobre volje hoćete li akontaciju vratiti ili ne.

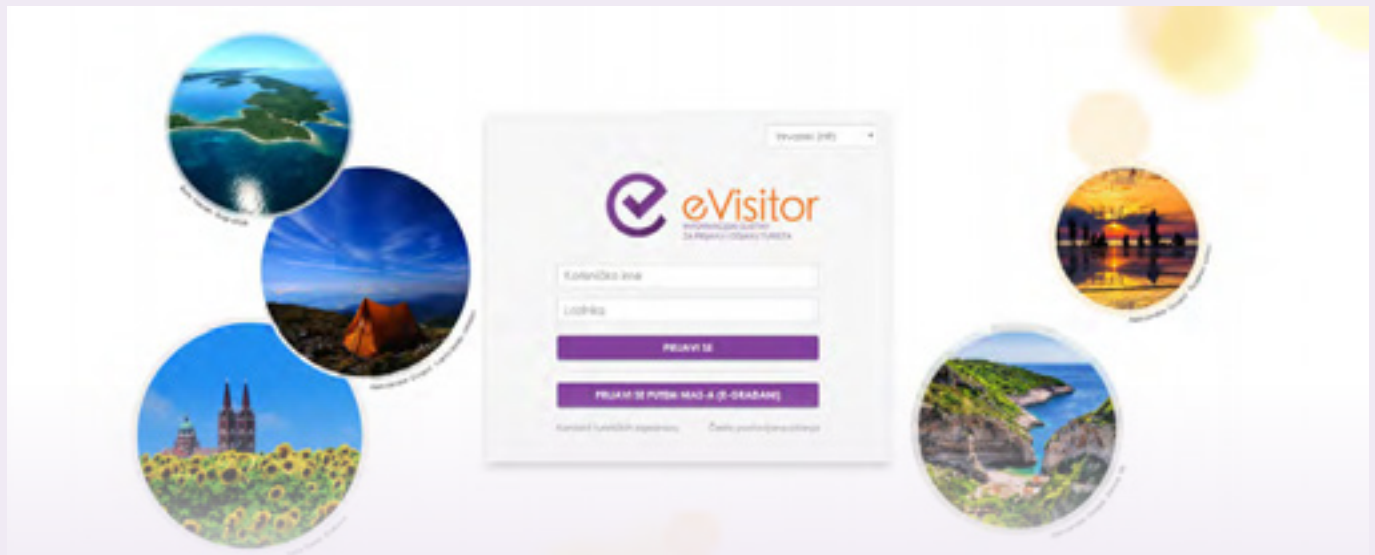
Ako odlučite gostu vratiti akontaciju, postoji mogućnost da vam se gost vrati u nekom drugom terminu, no isto tako i da možda nećete taj termin popuniti pa ćete biti u gubitku. S druge strane, ako gostu novac ne vratite, gost će se osjećati oštećeno.

Jedini način na koji ćete spriječiti moguće neugodnosti je da gostu unaprijed istaknete koji je rok otkazivanja. U svakom drugom slučaju jedan od vas mogao bi se osjećati oštećeno.

**Osim navođenja roka otkazivanja rezervacije, istaknite i uvjete povrata akontacije te tko plaća trošak bankovne transakcije.**

**Mnogi iznajmljivači, ako gost otkazuje zbog vlastite bolesti ili bolesti djeteta, vraćaju akontaciju bez obzira na dogovoreni rok otkazivanja. Praksa je pokazala da se u ovom slučaju gosti vraćaju, nakon što ozdrave i to najčešće u izvansezonskom periodu. Stoga, iako nam na prvi trenutak izgleda kao gubitak, povrat akontacije u ovakvim slučajevima često bude isplativiji jer smo termin koji je gost otkazao popunili i još je isti gost rezervirao drugi termin koji rijetko uspijemo popuniti. Naravno da uvijek postoje gosti koji izmisle razlog otkazivanja. Ako su kao razlog otkazivanja naveli bolest, mnogi iznajmljivači to ostavljaju na savjesti gostu.**





## e-Visitor / www.croatia.hr kao nov kanal oglašavanja

e-Visitor stupio je na snagu 01. 01. 2016. Od tog datum iznajmljivači moraju sve svoje goste prijavljivati ispunjavanjem prijavnice koja se nalazi u sustavu ove platforme.

Iako su mnogi iznajmljivači bili protiv e-Visitora, prva godina njegove primjene, sezona 2016. pokazala je da su iznajmljivači spremni za ovaj tehnološki napredak. Dapače, rezultati su bili i više nego zadovoljavajući. To nam pokazuje interes iznajmljivača za općenitu informatizaciju njihova poslovanja. Mnogi iznajmljivači tijekom korištenja e-Visitora pokazali su veći

interes i angažman za korištenje komunikacije e-porukama, ali i za samostalno vođenje rezervacija tj. popunjavanje svojih objekata putem raznih portala.

U prvoj godini primjene e-Visitor služio je samo za prijavu i odjavu gostiju, primanje uplatnica za boravišnu pristojbu, popis gostiju, analizu rezultata i sl. Bilo je najavljeno da će e-Visitor

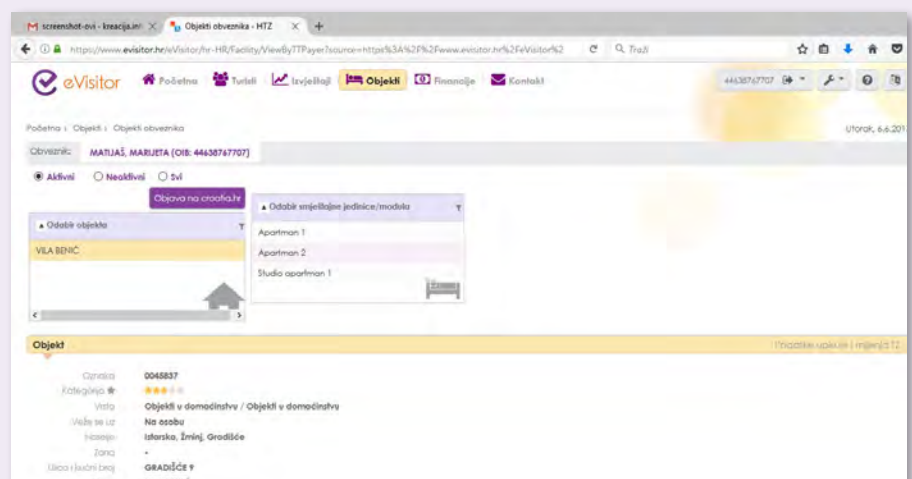
vrlo brzo postati i katalog smještaja koji se nudi u Republici Hrvatskoj.

Očito je da nismo trebali dugo čekati na obećanje Hrvatske turističke zajednice koja je objavila 20. 04. 2017. godine da je sustav e-Visitor povezan sa službenim internetskim stranicama Hrvatske turističke zajednice u dijelu objave podataka o iznajmljivačima i njihovim smještajnim objektima.

Ako želite da i vaš objekt bude dostupan na stranicama Hrvatske turističke zajednice potrebno je nakon prijave u e-Visitor kliknuti na stranicu "Objekti", uz podatke o vašem objektu prikazat će se sljubičasto dugme: Objava na croatia.hr.

Nakon što kliknete na navedeno dugme pojavit će se prozorčić u kojem piše:

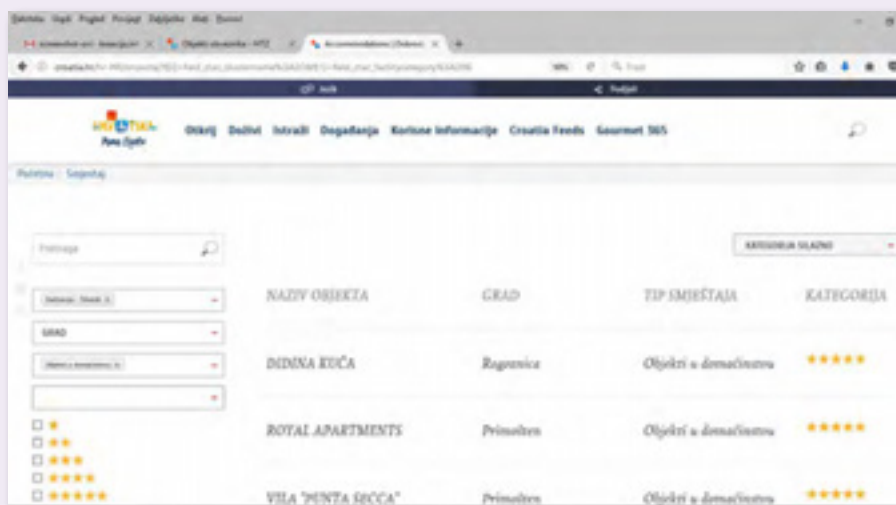
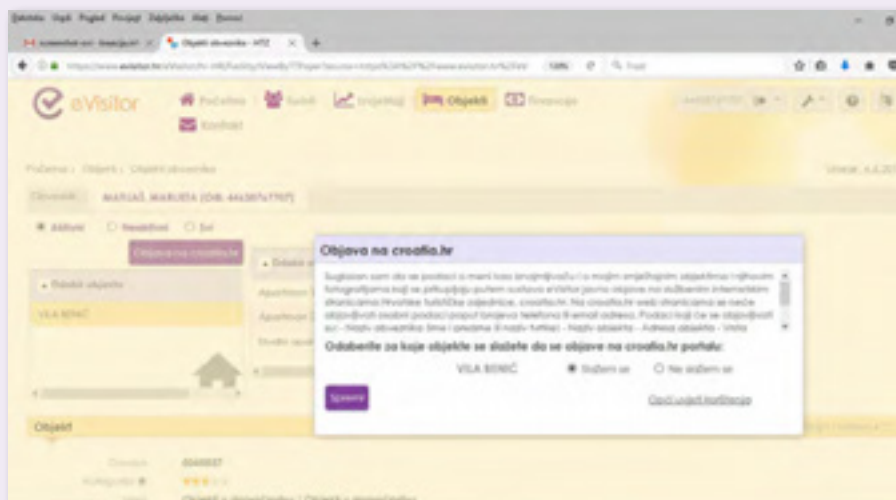
Objava na croatia.hr



Suglasan sam da se podatci o meni kao iznajmljivaču i o mojim smještajnim objektima i njihovim fotografijama koji se prikupljaju putem sustava e-Visitor javno objave na službenim internetskim stranicama Hrvatske turističke zajednice, croatia.hr. Na croatia.hr internetskim stranicama neće se objavljivati osobni podaci poput brojeva telefona ili e-adrese. Podaci koji će se objavljivati su: naziv obveznika (ime i prezime ili naziv tvrtke), naziv objekta, adresa objekta, vrsta objekta razvrstana sukladno Zakonu o ugostiteljstvu, kategorija objekta (oznaka kvalitete), karakteristike objekta (udaljenost od centra, sadržaj objekta i dr).

Odaberite za koje se objekte slažete da se objave na croatia.hr portalu:

Nakon što odaberete tj. kliknete: „Slažem se“ ili „Ne slažem se“, potrebno je kliknuti ljubičasto dugme: „Spremi“.



Ako ste se složili da vaš objekt bude objavljen, dobili ste dodatni kanal prodaje vašeg objekta koji ne traži dodatno financijsko ulaganje, a s vremenom zasigurno će donijeti dodatne upite i rezervacije.

Što ste više podataka o vašem objektu unijeli u e-Visitor, to će prezentacija vašeg objekta na portalu croatia.hr biti bolja i kvalitetnija a time ćete poboljšati mogućnost da putem ove stranice dođete do novih gostiju.

Podatke možete vidjeti na sljedećem linku:  
<http://croatia.hr/hr-HR/smjestaj>

# Intervju s ministrom turizma



**Po samom dolasku na mjesto ministra turizma rekli ste da je privatni smještaj "važan kotačić u razvoju hrvatskog turizma" te da možemo mi kao mali iznajmljivači očekivati od vas maksimalnu pomoć.**

**Vaše riječi su nam pokazale razumijevanje za privatni smještaj. S obzirom na to da dolazite s otoka Lošinja koji ima dugogodišnju tradiciju ovog segmenta turističke ponude pretpostavljamo da vaša povezanost s privatnim smještajem ima dublje korijene?**

Turizam je prisutan u mojem životu od samog početka. Zapravo cijeli život živim za turizam. Na Lošinju sam kao četrnaestogodišnji dječak posluživao s majkom doručak gostima, bio sam nosač kofera u hotelu Bellevue, pa turistički vodič, a kasnije i organizator transfera u Kompas. Radio sam u odjelu marketinga i prodaje lošinjske tvrtke Jadranka, a početkom 90-ih pokrenuo sam turističku agenciju.

Mogu svakako reći da sam prvo i temeljno iskustvo u turizmu stekao na Lošinju, a upravo dio vezan uz iznajmljivanje i kontakt s gostima imali su posebno veliku ulogu u tome. S obzirom na to da sam u turizmu prošao gotovo sve kategorije poslova, izuzetno cijenim svakog turističkog djelatnika, od nosača kofera, do kuhara, recepcionara i privatnog iznajmljivača. Danas, kao ministar turizma veliku pozornost posvećujem upravo kvalitetnoj suradnji privatnog i javnog sektora te uključivanju svih dionika u proces planiranja i provođenja turističke politike naše zemlje.

Hrvatski turizam danas predstavlja izuzetno pozitivnu

priču koja je rezultat suradnji i aktivnosti svih turističkih djelatnika – od kuhara, sobarica i konobara do privatnih iznajmljivača, menadžera u velikim hotelima, djelatnika u zračnim lukama, turističkim uredima. Svi su zaslužni za turistički uspjeh naše zemlje i zato im želim izraziti iskreno i prijateljsko hvala na svakoj aktivnosti koju poduzimaju i svakoj toploj riječi koju upućuju svojim gostima.

---

**S obzirom na to da sam u turizmu prošao gotovo sve kategorije poslova, izuzetno cijenim svakog turističkog djelatnika, od nosača kofera, do kuhara, recepcionara i privatnog iznajmljivača.**

---

**Osim što ste s obitelji bili mali iznajmljivač, poznato nam je da ste imali turističku agenciju, znači da poznajete i onu drugu stranu?**

Tako je, 1992. godine preuzeo sam agenciju koja se bavila privatnim smještajem, suradnjom s hotelima, iznajmljivanjem vozila, a kasnije

i organizacijom putovanja i izleta. Vrlo brzo postali smo vodeća agencija na Lošinju, imali smo odličnu suradnju s privatnim iznajmljivačima koji su tih godina, uglavnom svoje usluge i pružali putem agencija. Dakle, bili smo glavni partneri privatnim iznajmljivačima i mogu reći da je to bilo jedno plodonosno i zanimljivo poslovno i osobno iskustvo.

**Kad pogledate privatni smještaj dok ste bili dijete, kasnije dok ste vodili turističku agenciju i danas kao ministar što možete reći o njegovom razvoju kroz sve te godine?**

Iz svog osobnog iskustva, ali i danas iz iskustva čelne osobe turizma Republike Hrvatske, svakako moram naglasiti da je model obiteljskog smještaja kontinuirano rastao i jako napredovao. Danas, privatni smještaj čini polovicu ukupnog kapaciteta RH i to više nije samo riječ o klasičnom iznajmljivanju kreveta, već sve više iznajmljivača dodatno profesionalizira svoje usluge, apartmane pretvara u male obiteljske hotele te svojim gostima pruža sve više dodatnih i autohtonih sadržaja. S posebnom pažnjom pratim razvoj privatnog smještaja i moram reći da je taj segment u svim svojim ulogama, itekako dao značajan doprinos razvoju turizma naše zemlje. Kako bi svi zajedno još više pridonijeli razvoju turizma Hrvatske, u narednom razdoblju moramo još više napora posvetiti jačanju kvalitete usluge i ponude. Gostima moramo pružiti drugačiji i nezaboravan doživljaj – stvoriti im atrakcije koje će pamtni i radi kojih će se ponovno vraćati. Na tome



Ministar Gari Cappelli

moramo raditi zajedno – mi na nacionalnoj, a vi na lokalnoj razini. Hrvatska ima toliko toga za ponuditi turistima iz cijelog svijeta. Naša zemlja nije samo zemlja tisuću otoka i najčišćeg mora, imamo prekrasne dvorce, kurije i palače, prekrasne parkove prirode i nacionalne parkove, autohtonu gastronomiju, bogatu kulturu i tradiciju i to ne samo na obali, već na cijelom prostoru. Posebno veliki potencijal ima još uvijek slabije razvijeni kontinent. Prije nekoliko desetaka godina, razvoj turizma u unutrašnjosti Istre ili Dalmatinske Zagore bio je samo san. Kontinuiranim ulaganjem i poticajima iz Ministarstva turizma, kao što je ulaganje u bazene, podigli smo smještajne kapacitete u ovim dijelovima Hrvatske. Svi znamo da kuće s bazenima imaju i do

---

**Veliko mi je zadovoljstvo što mogu reći da je iz našeg ministarstva od 2014. godine do danas izgrađeno preko 500 bazena u domaćinstvima, svake godine u vrijednosti od oko milijun eura.**

---

30 posto dulju sezonu. Upravo je sezonalnost naš najveći izazov s kojim se nosimo. Izgradnju bazena i dalje nastavljamo, a veliko mi je zadovoljstvo što mogu reći da je iz našeg ministarstva od 2014. godine do danas izgrađeno preko 500 bazena u domaćinstvima, svake godine u vrijednosti od oko milijun eura.

**Trenutna kategorizacija privatnog smještaja ne prati nove trendove. Više puta ste spominjali rekategorizaciju. Mnogi iznajmljivači nisu shvatili koliko je neophodna rekategorizacija pri unapređenju kvalitete privatnog smještaja ali i unapređenju njihovog poslovanja. Možete li to malo pojasniti našim čitateljima?**

Kada govorimo o privatnom smještaju, onda zapravo govorimo o procesu usklađivanja standarda jer neki objekti još uvijek posluju prema starim, nevažećim pravilnicima. Naime, iznajmljivači u privatnom smještaju ugostiteljske usluge pružaju temeljem standarda propisanih u Pravilniku iz 1995. godine i novih standarda koji su propisani u Pravilniku iz 2007. i Pravilnikom iz 2016. godine. Dakle, na terenu imamo situaciju da neki objekti posluju prema standardima od prije 20-ak godina, što sasvim sigurno, osim što nije konkurentno, nije niti korektno prema ostalim iznajmljivačima koji su, kako bi pružali usluge smještaja, morali zadovoljiti puno strože standarde. Upravo zato, kroz izmjene Zakona o ugostiteljskoj djelatnosti koje bi na snagu trebale stupiti početkom 2018. godine, želimo unijeti obvezu da se iznajmljivači koji trenutno posluju prema standardima iz 1995. godine, usklade s važećim standardima iz 2016. godine. Usklađivanje objekata koji posluju prema Pravilniku iz 2007. ovim Zakonom nije predviđeno jer je taj Pravilnik vrlo sličan najnovijem iz 2016. Usklađivanje standarda trebalo bi trajati u rokovima od tri do pet godine, a važno je reći da ćemo svakako voditi računa i o onim iznajmljivačima koji, iz određenih razloga, neće moći uskladiti se s novim propisima te ćemo razmisliti na koji način i njima omogućiti pružanje usluga temeljem postojećih rješenja. Dakle, taj proces prvenstveno je poticaj svima da posluju što kvalitetnije, da se drže standarda i potrebnih normi, što je u konačnici svima nama i u interesu.

**U 2013. godini bilo je nešto manje od 60.000 iznajmljivača, danas smo značajno prešli broj od 80.000. Kako vidite budućnost privatnog smještaja?**

Hrvatska je u svijetu poznata kao destinacija dobrih i gostoljubivih domaćina, a privatni smještaj čini polovicu ukupne smještajne strukture Republike Hrvatske. Obiteljski smještaj sinonim je autentičnosti turističkog doživljaja sa svojim domaćinskim ugođajem, i upravo kroz njega imamo odličnu priliku i potencijal našim gostima pokazati da Hrvatska

omogućili povlačenje bespovratnih sredstava onim privatnim iznajmljivačima koji imaju registriran obrt ili OPG. Na taj smo način željeli profesionalizirati djelatnost te potaknuti privatne iznajmljivače da uz uslugu smještaja svojim gostima ponude dodatne sadržaje poput bazena, dječjih igrališta, domaćih proizvoda ili neki sportskih aktivnosti poput jahanja i bicikliranja. Dakle, iznimno bitan segment daljnjeg profiliranja Hrvatske kao destinacije kvalitete je obiteljski smještaj, posebice kad

**Hrvatska je u svijetu poznata kao destinacija dobrih i gostoljubivih domaćina, a privatni smještaj čini polovicu ukupne smještajne strukture Republike Hrvatske. Obiteljski smještaj sinonim je autentičnosti turističkog doživljaja sa svojim domaćinskim ugođajem, i upravo kroz njega imamo odličnu priliku i potencijal našim gostima pokazati da Hrvatska ima puno toga za ponuditi.**

ima puno toga za ponuditi. Jedan od glavnih ciljeva naše Strategije je da do 2020. godine, obiteljski smještaj RH bude međunarodno prepoznatljiv i poželjan turistički proizvod, koji je maksimalno usuglašen s načelima „zelenog“ turizma te koji je ponajviše namijenjen ciljanim tržišnim nišama tijekom većeg dijela godine. No osim navedenoga, naša intencija svakako je usmjerena i na profesionalizaciju privatnog smještaja, odnosno jačanje njegove kvalitete, a ne kvantitete. Upravo zato smo i kroz naš program „Konkurentnost turističkog gospodarstva“

se uzme u obzir činjenica da ovaj oblik smještaja čini veliki udio ukupnih smještajnih kapaciteta u hrvatskom turizmu. Stoga ovom prilikom pozivam privatne iznajmljivače iz svih dijelova Hrvatske da i dalje budu hrabri, inovativni i predani u svom radu, da kod planiranja aktivnosti vode računa o kvaliteti, da budu ljubazni i topli domaćini i da vjeruju u snagu i ljepote naše zemlje i destinacije u kojoj žive i rade. Dakle, želimo da se Hrvatska u svijetu percipira kao destinacija izvornih i raznolikih doživljaja pri čemu privatni smještaj ima itekako važnu ulogu.

# Zahvalimo gostima što su izabrali naš smještaj

Većina gostiju koji su bili u našem objektu su zadovoljni svojim boravkom. Upravo oni su najbolji pokazatelj naše uspješnosti. Ne zaboravite im zahvaliti što su prepoznali vaš objekt kao najbolju opciju svog boravka u destinaciji. Pošaljite im pismo zahvale.

Pismo zahvale je jedan od najboljih načina kako bi pokazali našim gostima da brinemo o svim detaljima u našem objektu, i to ne samo za vrijeme njihovog boravka već i nakon njihovog odlaska.

Komunikacija s gostima nakon njihovog odlaska je važna faza komunikacije, jednako kao i komunikacija s njima prije dolaska i za vrijeme boravka.

Jedan od najboljih načina animacije gosta kako bi nam ostavili komentar je pismo zahvale. Nemojmo propustiti tu priliku. Pripremimo predložak pisma zahvale.

Tijekom sezone mnogi gosti dolaze, odlaze, neki ostaju kraće, neki dulje i nije mali posao zahvaliti se svima njima što su bili naši gosti. Ako izradimo predložak pisma, uštedjet ćemo znatno više vremena, kojeg tijekom sezone nemamo.

Pismo zahvale, ili predložak za isto, treba sadržavati podatke o iznajmljivaču i tekst čiji sadržaj će biti identičan za sve naše goste. Osim pristojne zahvale što su bili naši gosti diskretno im preporučite ponovni dolazak. Možda neće doći oni ali kad budu u prilici zasigurno će vas preporučiti svojim prijateljima i poznicima.

Svaki četvrti gost u prosjeku ostavlja komentar o smještaju u kojem je boravio. Potaknite ga da to bude vaš smještaj. U predlošku ili pismu zahvale navedite link kako bi klikom na link odmah došao do mjesta gdje može ostaviti komentar o vašem objektu.

Ovakav način komunikacije izaziva kod gosta osjećaj da je dobrodošao, brigu o njemu i njegovom mišljenju, znatno podiže mogućnost njegovog ponovnog dolaska.



Glavna Ulica 56, 23295 Silba  
Ivana Marić, Biogradska 16, 23000 Zadar  
Mob/ WhatsApp/ Viber: 00 385 (0) 9937497299  
Skype: marijapp  
E-mail: info@apartment-mare.hr  
Web: www.apartment-mare.hr

Poštovani g. Smith,  
vjerujemo da ste sretno stigli kući.

Nadamo se da smo opravdali Vaša očekivanja te da ste proveli lijepe i ugodne praznike na našem otoku. Bilo nam je zadovoljstvo biti Vaš domaćin.

Ako ste i Vi bili zadovoljni nama kao domaćinima, pozivamo Vas da podijelite svoje iskustvo s našim budućim i potencijalnim gostima. Komentar možete ostaviti ovdje:

[https://www.tripadvisor.com/Hotel\\_Review-g762078-d862749-Reviews-FrancoVillas-Dol\\_Brac\\_Island\\_Split\\_Dalmatia\\_County\\_Dalmatia.html](https://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g762078-d862749-Reviews-FrancoVillas-Dol_Brac_Island_Split_Dalmatia_County_Dalmatia.html)

Unaprijed zahvaljujemo i veselimo se našem sljedećem susretu te Vas srdačno pozdravljam!

Obitelj Frankić

## Primjeri pisma na 6 jezika



Glavna Ulica 56, 23295 Silba  
Ivana Marić, Biogradska 16, 23000 Zadar  
Mob/ WhatsApp/ Viber: 00 385 (0) 9937497299  
Skype: marijapp  
E-mail: info@apartment-mare.hr  
Web: www.apartment-mare.hr

Estimado señor Smith,  
Creemos que Usted ya ha vuelto a su casa.

Esperamos que hemos respondido a su expectativa y que Usted ha pasado unas vacaciones agradables en nuestra isla. Ha sido un placer recibirle en nuestro apartamento.

Si Usted está satisfecho también, le pedimos de compartir su experiencia con nuestros visitantes futuros y potenciales. Puede dejar su comentario aquí:  
[https://www.tripadvisor.com/Hotel\\_Review-g762078-d862749-Reviews-FrancoVillas-Dol\\_Brac\\_Island\\_Split\\_Dalmatia\\_County\\_Dalmatia.html](https://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g762078-d862749-Reviews-FrancoVillas-Dol_Brac_Island_Split_Dalmatia_County_Dalmatia.html)

Le agradecemos por adelantado y esperamos tener el gusto de recibirle de nuevo pidiéndole de recibir nuestros saludos cordiales.

Familia Frankić



Glavna Ulica 56, 23295 Silba  
Ivana Marić, Biogradska 16, 23000 Zadar  
Mob/ WhatsApp/ Viber: 00 385 (0) 9937497299  
Skype: marijapp  
E-mail: info@apartment-mare.hr  
Web: www.apartment-mare.hr

Dear Mr. Smith,  
we hope you have returned home safely.

We also hope that we have met your expectations and that your time spent was great and pleasant. It was a real pleasure hosting you.

If you happen to be equally satisfied with our part, we would like to invite your experience with our potential future guests.

You can leave your review here:  
[https://www.tripadvisor.com/Hotel\\_Review-g762078-d862749-Reviews-FrancoVillas-Dol\\_Brac\\_Island\\_Split\\_Dalmatia\\_County\\_Dalmatia.html](https://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g762078-d862749-Reviews-FrancoVillas-Dol_Brac_Island_Split_Dalmatia_County_Dalmatia.html)

We wish to thank you for staying with us and we are looking forward to

Our kindest regards,  
Frankić family



Glavna Ulica 56, 23295 Silba  
Ivana Marić, Biogradska 16, 23000 Zadar  
Mob/ WhatsApp/ Viber: 00 385 (0) 9937497299  
Skype: marijapp  
E-mail: info@apartment-mare.hr  
Web: www.apartment-mare.hr

Spett.le Sig. Smith,  
siamo certi che il viaggio di ritorno è andato bene.

Speriamo di essere stati all'altezza delle Sue aspettative e che abbia passato piacevoli giorni di vacanza sulla nostra isola. È stato un piacere averLa come

Se anche Lei è contento di noi, La preghiamo di condividere la Sua esperienza potenziale ospiti futuri lasciando un commento al seguente link:  
[https://www.tripadvisor.com/Hotel\\_Review-g762078-d862749-Reviews-FrancoVillas-Dol\\_Brac\\_Island\\_Split\\_Dalmatia\\_County\\_Dalmatia.html](https://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g762078-d862749-Reviews-FrancoVillas-Dol_Brac_Island_Split_Dalmatia_County_Dalmatia.html)

La ringraziamo anticipatamente rallegrandoci al pensiero di un nostro futuro

Con i più cordiali saluti,  
La famiglia Frankić



Glavna Ulica 56, 23295 Silba  
Ivana Marić, Biogradska 16, 23000 Zadar  
Mob/ WhatsApp/ Viber: 00 385 (0) 9937497299  
Skype: marijapp  
E-mail: info@apartment-mare.hr  
Web: www.apartment-mare.hr

Spoštovani g. Smith,  
verjamemo, da ste srečno prispeli domov.

Upamo, da smo izpolnili vaša pričakovanja in da ste preživeli lepe ter prijetne praznike na našem otoku. Veselje nam je bilo biti vaš gostitelj.

Če ste tudi vi bili zadovoljni z nami kot gostitelji, vas vabimo, da svoje izkušnje podelite z našimi prihodnjimi in morebitnimi gosti. Komentar lahko pustite tukaj:  
[https://www.tripadvisor.com/Hotel\\_Review-g762078-d862749-Reviews-FrancoVillas-Dol\\_Brac\\_Island\\_Split\\_Dalmatia\\_County\\_Dalmatia.html](https://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g762078-d862749-Reviews-FrancoVillas-Dol_Brac_Island_Split_Dalmatia_County_Dalmatia.html)

Vnaprej se zahvaljujemo in se veselimo našemu naslednjemu srečanju ter vas srčno pozdravljamo!

Družina Frankić



Glavna Ulica 56, 23295 Silba  
Ivana Marić, Biogradska 16, 23000 Zadar  
Mob/ WhatsApp/ Viber: 00 385 (0) 9937497299  
Skype: marijapp  
E-mail: info@apartment-mare.hr  
Web: www.apartment-mare.hr

Monsieur Smith,  
On croit que vous est bien revenu chez vous.

On espère que nous avons répondu à vos attentes et que vous avez passé un agréable séjour dans notre île. Il était un vrai plaisir vous recevoir chez nous.

Si vous êtes aussi satisfait de nous en tant que vos hôtes, on vous encourage à partager votre expérience avec nos visiteurs futurs et potentiels. Vous pouvez le faire ici:  
[https://www.tripadvisor.com/Hotel\\_Review-g762078-d862749-Reviews-FrancoVillas-Dol\\_Brac\\_Island\\_Split\\_Dalmatia\\_County\\_Dalmatia.html](https://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g762078-d862749-Reviews-FrancoVillas-Dol_Brac_Island_Split_Dalmatia_County_Dalmatia.html)

Merci d'avance et tout en espérant vous revoir de nouveau, nous vous saluons sincèrement !

Famille Frankić



Glavna Ulica 56, 23295 Silba  
Ivana Marić, Biogradska 16, 23000 Zadar  
Mob/ WhatsApp/ Viber: 00 385 (0) 9937497299  
Skype: marijapp  
E-mail: info@apartment-mare.hr  
Web: www.apartment-mare.hr

Sehr geehrter Herr Smith,  
wir vertrauen darauf, dass Sie sicher zu Hause angekommen sind.


Ferner hoffen wir, dass wir Ihre Erwartungen rechtfertigen konnten und dass Sie einen schönen und angenehmen Urlaub auf unserer Insel verbracht haben. Es war uns ein Vergnügen, Sie als Gäste zu empfangen.

Wenn auch Sie mit uns als Gastgeber zufrieden waren, möchten wir Sie bitten, Ihre Erfahrungen mit unseren künftigen und potenziellen Gästen zu teilen. Kommen Sie bitte unter folgendem Link hinterlassen werden:  
[https://www.tripadvisor.com/Hotel\\_Review-g762078-d862749-Reviews-FrancoVillas-Dol\\_Brac\\_Island\\_Split\\_Dalmatia\\_County\\_Dalmatia.html](https://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g762078-d862749-Reviews-FrancoVillas-Dol_Brac_Island_Split_Dalmatia_County_Dalmatia.html)

Wir bedanken uns dafür im Voraus und freuen uns jetzt schon auf ein Wiedersehen.

Mit freundlichen Grüßen,  
Familie Frankić

Prijevod:  
Montanense d.o.o.  
tumači i prevoditelji  
info@montanense.com  
www.montanense.com



# 10 načina za povećanje popunjenosti na početku sezone, u zadnji tren

Sezona je počela, prvi gosti već dolaze, a naši apartmani još uvijek su prazni. Imamo nešto rezervacija u samom srcu sezone, od 20. 07. do 10. 08. i to je to. Tek je početak šestog mjeseca. Gosti rezerviraju oko 45 dana prije dolaska, znači za 15-ak dana sve će se popuniti.

Možda i neće, već bi sada trebalo biti sve rezervirano barem do kraja rujna, i prvi gosti već bi mi trebali biti u apartmanima.

Mnogi iznajmljivači susreću se s ovakvim situacijama. Poslovanje u pružanju usluga u obiteljskom smještaju već odavno nije samo puko mijenjanje posteljine i dočekivanje gostiju. To je mnogo veći i kompleksniji posao. Dolazak gostiju više se ne podrazumijeva samo po sebi, osim ako se nalazite na izuzetno atraktivnom mjestu ili imate izuzetno atraktivan smještaj. Ako niste na atraktivnoj lokaciji i nemate izuzetno atraktivan smještaj, i povrh svega čitavu zimu niste ništa radili na marketingu i promociji, velika je mogućnost da ćete se naći u ovakvoj situaciji.

Što možemo napraviti u ovakvoj situaciji?

### 1. Analizirajte uspješnost kanala prodaje

Napravite analizu svakog kanala prodaje s kojim radite. Primjerice ako radite s turističkom agencijom, pogledajte koliko rezervacija imate od nje, usporedite koliko ste imali rezervacija prethodne godine, koliko ste rezervacija očekivali. Na isti način napravite analizu ostalih kanala kao što su portali, internetska stranica,...

### 2. Pregledajte prezentaciju svog objekta

Bilo da se radi o turističkoj agenciji, portalu ili internetskoj stranici, pogledajte kako je prezentiran vaš objekt. Jesu li fotografije dovoljno privlačne ili ne prikazuju najbolje strane vašeg objekta. Dostavite agenciji ili sami postavite fotografije na portalu one koje su kvalitetnije i privlačnije.

### 3. Pogledajte koje ste uvjete poslovanja postavili

Ako gostima nudite minimalno 5 noćenja, mogućnost rezervacije samo subotom i uz to nemate mogućnost otkazivanja, nije čudno što ne dobivate rezervacije.

### 4. Uskladite cijene s trenutačnom ponudom na tržištu

Osim što samostalno možete odrediti koliko je vaša cijena konkurentna, danas mnogi portali nude razne alate koji će vam olakšati korigiranje cijene i usklađivanje s trenutačnom ponudom na tržištu.

### 5. Ažurirajte kalendare, informacije, fotografije,... osvježite sve kanale oglašavanja

Ako pogledate svoj oglas na nekom portalu i uočite da je zadnji datum ažuriranja npr. prije devet mjeseci ili čak godinu dana, vidljivost vašeg objekta bit će znatno smanjena. Posebnu pažnju obratite na datum posljednjeg ažuriranja.

### 6. Doplata povećanje vidljivosti na mjestima gdje je to moguće

Sve više portala nudi dodatno plaćanje kako bi vaš objekt bio što vidljiviji. Nude se razni načini plaćanja za dodatnu vidljivost. Jedan od popularnijih je „Povećanje vidljivosti“ koju vam nudi Booking.com. Ako odredite datume za povećanje vidljivosti, potrebno je za te datume povećati proviziju koju inače plaćate portalu. Minimalna provizija je 15%, što znači da morate ponuditi proviziju veću od 15% kako biste povećali vidljivost na ovom portalu.

### 7. Ponudite razne akcije svojim gostima

Ako primete upite, ali gosti ne rezerviraju, ponudite im dodatne popuste. Ako uopće ne dobivate upite, privucite potencijalne goste popustima koje pojedini portali ili turističke agencije nude (*Last Minute, First Minute, Dodatna noćenja, Popust na dulji boravak* i sl.).

### 8. Kontaktirajte „stare“ goste, ponudite im posebne popuste vjernosti

Ako se već dulje vrijeme bavite iznajmljivanjem, trebali biste imati e-adrese svojih „starih“ gostiju. Pošaljite im e-poruku u kojoj ćete im ponuditi, kao „starom“ gostu posebne popuste za vjernost. Ponudite im popuste na one datume koji su vam još uvijek slobodni.

### 9. Ponudite dodatnu vrijednost

Manji broj iznajmljivača nudi dodatne usluge bez obzira na to koliko im to preporučujemo. Ako imate još uvijek slobodne termine, ponudite gostima dodatnu ponudu upravo u tim terminima. To može biti besplatan prijevoz od trajekta ili zračne luke do apartmana, kasna odjava, rana prijava, besplatno korištenje bicikle, besplatan boravak kućnog ljubimca i sl.

### 10. Glumite gosta!

Kad ste prošli sve prethodne točke, stavite se u ulogu gosta, posjetite neki od svojih kanala oglašavanja i napravite sve što bi i gost napravio prije nego što bi vam poslao upit ili rezervirao smještaj. Na ovaj način najbolje ćete vidjeti kako je vaš smještaj prezentiran gostu, koliko mu je privlačan i što je to što vas odnosno gosta odbija prilikom donošenja odluke o rezervaciji. Kad primijetite te detalje, ispravite ih, jer su vrlo često upravo oni ključni u odluci gosta hoće li rezervirati vaš smještaj ili će nastaviti potragu među vašim konkurentima.



# Određivanje cijena noćenja u apartmanima i kućama za odmor

Jedno od čestih pitanja koje sami sebi postavljamo je koju cijeni ponuditi za smještaj u našem objektu. Ako planiramo raditi ili već radimo s turističkim agencijama, one nam često sugeriraju cijenu smještaja u našem objektu. Turistička agencija će vam predložiti cijenu po kojoj joj je isplativo prodavati vaš smještaj.

Ako radite samostalno ili oglašavate se na portalima, situacija je nešto drugačija. U tom slučaju, iako neki portali predlažu koju cijenu postaviti, ipak vi samostalno određujete koja će biti cijena smještaja u vašem objektu.

Prosječne cijene apartmana u Hrvatskoj za dvosobni apartman iznose oko 80 eura u sezoni. Neki iznajmljivači na pojedinim lokacijama imaju znatno višu cijenu, dok drugi imaju znatno nižu za sličan takav apartman. Cijene dvosobnih apartmana u Hrvatskoj kreću se od čak 30 do 250 eura po noćenju.

**Cijene dvosobnih apartmana u Hrvatskoj kreću se od čak 30 do 250 eura po noćenju**

## Gdje smo mi u tom rasponu?

Ne postoji zakonska odredba koja određuje minimalnu ili maksimalnu cijenu. To bi bilo nemoguće odrediti. Tržište je jedino koje određuje cijenu.

Broj od 82.000 malih iznajmljivača u Hrvatskoj najbolje govori kolika je ponuda na tržištu. To je razlog više zašto je potrebno pravilno odrediti cijenu smještaja u svom objektu. Što znači pravilno odrediti cijenu? Ili, kako odrediti cijenu objekta koja će zadovoljiti vaša očekivanja, a u isto vrijeme biti prihvatljiva tržištu? Prvi korak u određivanju cijene je ispitivanje KONKURENCIJE. Pogledajte koje cijene imaju objekti koji su na sličnoj ili istoj lokaciji čija je opremljenost, kvaliteta, dodatna ponuda i sl. najslabija vašem objektu.



Nemojte postaviti znatno višu cijenu jer nećete biti konkurentni. Također, nemojte postavljati znatno nižu cijenu. Ako ponudite znatno nižu cijenu u odnosu na konkurenciju, a da gostu pri tome nije jasno zašto je cijena niža, postići ćete suprotan efekt.

**Važno je i imati jedinstvenu cijenu na svim kanalima oglašavanja**

Važno je i imati jedinstvenu cijenu na svim kanalima oglašavanja, bila to stranica turističke agencije, portali, vlastita internetska stranica ili nešto drugo. Imati jednu cijenu na jednom portalu, drugu na drugom, treću koju nudi turistička agencija nije dobro ni za vas kao vlasnika, ni za agenciju, ni za portal. Gost će naići negdje na nižu cijenu od one koju je on platio što će kod njega izazvati nezadovoljstvo koje ćete najviše vi kao domaćin osjetiti.

Istaknite što je sve uključeno u cijenu. Većina iznajmljivača postavlja cijenu koja uključuje posteljinu, ručnike, boravišnu pristojbu, završno čišćenje, parkirno mjesto, internet, korištenje klimatizacijskih uređaja. Ako svi objekti u vašem okruženju ne naplaćuju ništa od navedenog dodatno, a vi želite naplatiti dodatno npr. završno čišćenje, znatno ćete umanjiti svoju konkurentnost što će dovesti do smanjenja broja rezervacija.

Donedavno bila je praksa naplaćivati dodatno korištenje klimatizacijskih uređaja. U posljednje vrijeme to radi sve manji broj iznajmljivača. S druge strane, sve više iznajmljivača odlučuje dodatno naplaćivati završno čišćenje, posebno kod kraćih boravaka. Ako iznajmljivači u vašem okruženju naplaćuju dodatno čišćenje, možete i vi, a pri tome nećete umanjiti svoju konkurentnost.



**Sve više iznajmljivača odlučuje se dodatno naplaćivati završno čišćenje kod kraćih boravaka**

**Pratite tržište, pratite trendove i budite fleksibilni, prilagodavajte se trendovima**

Jednu od zanimljivih praksi imaju vlasnici apartmana u Francuskoj koji od gostiju traže da ostave apartman u stanju u kakvom su ga zatekli. No, ako gosti ne žele apartman očistiti na način da bude spreman za sljedeće goste, očistit će ga vlasnik, ali će i naplatiti to npr. 40 eura gostima. Stoga, gosti uglavnom ostavljaju čiste apartmane kako bi smanjili troškove svog boravka. Zanimljiva je politika cijena i talijanskih iznajmljivača koji nude niže cijene smještaja u svom apartmanu, ali u cijenu nisu uključeni boravišna pristojba, posteljina, ručnici, kuhinjske krpe, internet, čišćenje i sl. To je razlog zašto vas neki od gostiju pitaju što je uključeno u cijenu, trebaju li donijeti svoje ručnike, je li posteljina uključena u cijenu i sl.

Pratite tržište, pratite trendove i budite fleksibilni, prilagodavajte se trendovima. Jednom postavljena cijena ne mora biti jednaka duži niz godina, mijenjaju se trendovi, popularnost pojedinih destinacija, konkurencija. Ukratko, mijenjaju se ponuda i potražnja, stoga, da biste zadržali konkurentnost i uspješnost poslovanja, prilagodite cijene smještaja i kvalitetu svog objekta.



# Najstariji aktivni mali iznajmljivač Đino Bujak ima 93 godine

Za privatni smještaj došlo je neko novo vrijeme, nije više dovoljno samo biti dobar domaćin. Potrebno je imati moderno uređen objekt, kvalitetnu prezentaciju, odličnu komunikaciju s gostima, znati izabrati prave kanale oglašavanja,... Sve je teže pratiti nove trendove. Bez toga ne možemo biti uspješni. Starijim generacijama nije baš lako držati korak s novim trendovima. Koliko su godine iznajmljivača važne za uspješno poslovanje najbolje nam govori primjer iz Slanog u Dubrovačko-neretvanskoj županiji.

**Najstariji redoviti  
polaznik edukacija  
za male iznajmljivače  
Savjetovaništa za obiteljski  
smještaj**

Gospodin Đino, vitalni devedesettrogodišnjak, ekonomist po struci pokazao nam je da su godine najmanja prepreka u poslovanju.

Prve goste gospodin Đino ugostio je još sredinom šezdesetih godina, u vrijeme kada je izgrađena magistrala. Upravo je ona dovela k njemu prve goste. Prvi gosti bili su Nijemci i Poljaci u srednjim godina. Uglavnom su dolazili s obiteljima. Djeca koja su dolazila u to vrijeme kod gospodina Đina, kasnije su kao odrasli ljudi sa svojim novim obiteljima nastavili provoditi ljeta u Slanom. I tako je bilo sve do rata. Među većinom kuća koje su bile spaljene u Slanome bila je i njegova kuća. Kasnije je izgradio novu kuću dok je na mjestu stare, tri metra od mora, izgradio prekrasnu ljetnu kuhinju s terasom i vrtom. Danas, njegova kuća s četiri moderno opremljena apartmana s pogledom na more ima sve elemente koje sadrže i moderni apartmani te i dalje prima goste iz svih krajeva svijeta.

Mnogi gosti se vraćaju, već su postali prijatelji s domaćinom, gotovo članovi obitelji. Apartmane gospodina Đina preporučuju svojim prijateljima i poznicima, ali nerijetko i pomognu gospodinu Đinu ostavljajući apartmane čiste i uredne, spremne za iduće goste.

**Moj posao je vođenje  
ekonomije objekta,  
nabava i dočekivanje  
gostiju.**



**Najstariji  
član  
Turističke  
skupštine  
u Hrvatskoj**

Novi gosti, često iznenađeni njegovim godinama, ali oduševljeni njegovom vitalnošću, lucidnošću, a nadasve ljubaznošću vrlo brzo postaju „stari gosti“ koji se vraćaju i narednih godina.

Svoju uspješnost, energiju i iskustvo gospodin Đino dijeli i sa svojim sugrađanima. Još uvijek je član Turističke skupštine Turističke zajednice Općine Slano. No, nije to tek još jedna „zanimljivost“, objasnio nam je direktor TZO Slano Slaven Zvono, koji nam je rekao da je angažman gospodina Đina u skupštini neprocjenjiv. Pri izradi novih planova, analizi postojećih i sličnih aktivnosti gospodin Đino u raspravama sudjeluje pričajući kako je nekad bilo te na temelju njegovih sjećanja uspoređuje se tadašnje i današnje stanje što im pomaže u donošenju mnogih važnih odluka.



Gospodin Đino, naravno, ne vodi sam svoj objekt. To je obiteljski posao u kojem mu pomažu članovi njegove obitelji. U punjenju apartmana najviše mu pomaže njegova nevjesta, porijeklom Mađarica tako da nije čudno što su njegovi gosti danas većinom Mađari, ali ni gosti iz ostalih zemalja ne zaostaju. Domaćih gostiju, za razliku od nekad, sve je manje.

s dugogodišnjim radnim stažem u hotelu Adriatic na Lapadu u Dubrovniku, gospodin Đino još uvijek radi posao koji je obavljao čitav svoj radni vijek, ali ovoga puta u vlastitom objektu. Nije mu teško otići u Dubrovnik platiti račune i obaviti sve druge administrativne obveze. Ljeti je to malo češće, ali to je njegov posao, kao i nabava.

Osim što brine o financijskom dijelu poslovanja, gospodin Đino zadužen je za primanje gostiju, ali i nabavu. Nijedan gost nije došao u njegov objekt a da ga nije počastio rakijom, suhim smokvama, domaćim kolačima, popričao s njim i preporučio mu što je novo i zanimljivo u mjestu tog ljeta.

**Gosti počinju dolaziti u  
petom mjesecu, a zadnji  
odlaze krajem listopada.**

Gospodin Đino najstariji je i redoviti polaznik edukacija za male iznajmljivače koje već godinama organizira Turistička zajednica Općine Slano. Iako ima bogato iskustvo, prekrasan objekt na samoj plaži, mnogo „starih“ gostiju, gospodin Đino kaže da je neophodno pratiti trendove i stalno truditi se biti još bolji. Malo mu je teže pratiti nove tehnologije posebno one koje se odnose na oglašavanje, portale, e-Visitor i sl. Upravo zato na edukaciju za male iznajmljivače ove godine poveo je svoju nevjestu koja prati sve nove trendove u vezi s informatičkim dijelom poslovanja dok je on zadužen za komunikaciju s gostima i financije. Kao ekonomist,





# Priprema smještajnih

## kapaciteta za novu turističku sezonu uz RBA turističke kredite

Ozbiljno i profesionalno pristupanje ulaganjima u turističku djelatnost može se pokazati veoma uspješnim i isplativim. U pokretanju toga posla ili pak u novim ulaganjima i/ili proširenju djelatnosti, Raiffeisenbank Austria d.d. (RBA) nudi rješenje namijenjeno fizičkim i pravnim osobama koje se bave turističkom djelatnošću.

Približavanje ljeta sa sobom donosi promišljanje o pripremi ili obnovi postojećih kapaciteta za novu glavnu turističku sezonu, stoga već sada treba razmišljati o mogućnostima da se smještajnim kapacitetima poveća razina kvalitete, da se dodatno prilagode zahtjevima tržišta te učine još privlačnijima. Takvim pristupom, postiže se bolja popunjenost kapaciteta te se produljuje turistička sezona. Namjena RBA Turističkoga kredita može biti: kupnja, izgradnja, dovršenje, dogradnja, nadogradnja, rekonstrukcija, adaptacija, uređenje i opremanje smještajnih kapaciteta kao i potreba kupnje/gradnje bazena, uređenja okoliša i refinanciranja turističkih kredita. Korisnici RBA Turističkoga kredita mogu biti fizičke osobe, koje svoja primanja ostvaruju radom izvan samostalne turističke djelatnosti, a resursima od bavljenja turističkom djelatnošću raspolažu kao izvorom dodatnoga prihoda, ali i oni koji prihod ostvaruju isključivo od bavljenja turizmom. Prednosti RBA Turističkoga kredita su mogućnost izbora mjesečne ili godišnje otplate kredita, zatim isplata cijelog iznosa odobrenoga kredita na tekući račun ili u gotovini te mogućnost realizacije kredita bez hipoteke.

Za sve one koji svoju turističku djelatnost obavljaju putem interneta, tu je i RBA usluga e-ToMiTrebali!, koja omogućava elektroničku trgovinu uz prihvata Mastercard i Visa kartica prema najvišim svjetskim standardima sigurnosti. Osim iznimne sigurnosti naplate za poduzetnika i transakcije za kupca, usluga nudi najpovoljniji omjer vrijednosti za uloženi novac.

Turističkim kreditom Raiffeisen banka nudi rješenje fizičkim i pravnim osobama koje se bave turističkom djelatnošću, iznajmljivanjem apartmana i soba (obiteljski smještaj) te svima koji se žele pripremiti za novu turističku sezonu. Sve dodatne informacije mogu se dobiti na [www.rba.hr](http://www.rba.hr) ili u RBA poslovnica.

Obitelj Ravlić je na padinama Biokova, povrh grada Makarske još prije 15-tak godina kupila imanje. Privukao ih je predivan pogled na akvatorij Makarske. Nije u početku ideja o bavljenju turizmom, bila razlog investicije već želja ostaviti svojoj djeci nešto rijetko lijepo. Iznajmljivanje apartmana im nije bilo ipak nepoznato, obzirom da već dugi niz godina iznajmljuju apartman u gradu Makarskoj.

**Je li je prihvatljivo iskoristiti financiranje banke kako bi objekt bio završen već i za sezonu 2016., ili nastaviti na isti način, vlastitim sredstvima još nekoliko godina ?**

Godinama su ušteđevinom uređivali primarno okoliš. U oplemenjivanje okućnice g. Ravlić je utkao tisuće sati rada, osmišljavajući i realizirajući ideju autohtone dalmatinske kuće s prelijepim vrtovima, suhozidima, terasama ...Ideja je polako počela postajati stvarnost. Prošle godine, potaknuti razgovorom s prijateljima, došli su do ideje da rezultat svog rada predstavite i ponude tržištu turističkog iznajmljivanja obiteljskih kuća ....No, kako sve još nije bilo gotovo, a svi banj i početak sezone pred vratima postavili su sebi pitanje: " Je li prihvatljivo iskoristiti financiranje banke kako bi objekt bio spreman za sezonu 2016., ili nastaviti na isti način, vlastitim sredstvima još nekoliko godina....?" – odluka je bila, idemo po kredit!

Obišli su sve banke koje su u svojoj ponudi imale Turističke kredite. Sebi su postavili za cilj naći proizvod koji odgovara upravo njihovim potrebama. Zapravo,



prihoda ostvarenog od turizma u izračun kreditne sposobnosti, sva sredstva "na ruke" i što je najvažnije jednogodišnji anuitet i to svake godine upravo 31. srpnja! Sa zadovoljstvom i ponosom g. Ravlič kaže: "Zahvaljujući brzom odobrenju traženih sredstava, već smo krajem lipnja imali prve goste i zadovoljni smo proteklom sezonom. Najave za ovu sezonu premašuju i najoptimističnija očekivanja. Da nije bilo financiranja od strane banke, sigurno bi još nekoliko godina dovršavali kuću, a ovako imamo već dvije odlične sezone i pregršt novih ideja u nastajanju. Znete li što je najbolje? Dvije sezone su tu, a prvi anuitet tek dolazi 31. srpnja 2018!"

njihove potrebe prilično su slične potrebama koje imaju svi obiteljski iznajmljivači - s obzirom da g. Ravlič većinu radova izvodi sam trebala su im sredstva „na ruke“, prihvaćanje primanja ostvarenih bavljenjem turizmom u izračun kreditne sposobnosti kao i dinamika, odnosno termin otplate koji najviše odgovara dinamici ostvarivanja prihoda od turizma. Ništa manje važno, svibanj je već bio tu i nisu imali vremena za beskonačne procedure. Na kraju, odlučili su se za turistički kredit RBA, jer su s njime ostvarili upravo sve što im je i bio cilj: prihvaćanje

**Zahvaljujući brzom odobrenju traženih sredstava, uspjeli smo već početkom lipnja imati prve goste i zadovoljni smo proteklom sezonom. Za 2017. godinu najave premašuju i optimističnija očekivanja.**



**Znete li što je najbolje? Dvije sezone su tu a prvi anuitet tek dolazi 31. 7. 2018.**



# INTEGRALNI HOTELI

Što su integralni hoteli te na koji način posluju?  
Zašto su zanimljivi privatnim iznajmljivačima  
te mogu li pomoći u smanjenju sezonalnosti  
hrvatskog turizma?





Integralni hotel nov je turistički proizvod. U Hrvatskoj ga je moguće osnovati od 2014. godine.

Razlog uvođenja integralnog hotela kao novog turističkog proizvoda leži u potrebi omogućavanja što jednostavnijeg i lakšeg podizanja kvalitete turističke ponude i produljenja sezone na predsezonu i postsezonu.

Zbog svojih karakteristika i načina osnivanja, integralni hotel posebno je zanimljiv privatnim iznajmljivačima. Naime, integralni hotel nastaje povezivanjem postojećih prethodno kategoriziranih smještajnih objekata: soba, apartmana, studio-apartmana i kuća za odmor.

Navedeni smještajni objekti mogu biti u vlasništvu jedne fizičke ili pravne osobe ili mogu biti u zakupu/najmu jedne ili više fizičkih ili pravnih osoba uz uvjet da su navedene smještajne jedinice kategorizirane prije samog osnivanja integralnog hotela.

No, pored postojanja prethodno navedenih kategoriziranih smještajnih objekata, integralni hotel mora udovoljavati i drugim zakonom propisanim uvjetima. Tako integralni hotel mora biti funkcionalna cjelina koja se nalazi u jednom naselju te se mora nalaziti u tri i/ili više građevina ili dijelova građevina, s time što se smještajni objekti moraju nalaziti u najmanje dvije građevine i/ili najmanje dva dijela građevine, dok ugostiteljski sadržaji od smještajnih objekata mogu biti odvojeni javnom ili zajedničkom površinom.

Ugostitelj koji upravlja integralnim hotelom mora pružati usluge smještaja i doručka i to u zajedničkim

sadržajima i svojim ugostiteljskim objektima i/ili objektima drugih ugostitelja i iznajmljivača koji su prethodno dobili rješenje za pružanje predmetnih usluga.

Integralni hotel mora imati:

- zajedničke sadržaje za prijam gosta – **prijamni hol s recepcijom i prostoriju za boravak**;
- zajedničke sadržaje ugostitelja za **pripremu i usluživanje doručka, pića i napitaka** – restoran, blagovaonicu, točionicu ili omogućeno pružanje usluga doručka,

**Integralni hotel nastaje povezivanjem postojećih prethodno kategoriziranih smještajnih objekata: soba, apartmana, studio-apartmana i kuća za odmor.**

pića i napitaka u prethodno kategoriziranim objektima ugostitelja ili drugih ugostitelja;

- **zajednički sanitarni čvor** (uz sadržaje za prijam gosta i usluživanje doručka, pića i napitaka).

Također, ugostitelj koji upravlja integralnim hotelom **mora osigurati uslugu recepcije**, uslugu smještaja, naplatu usluga, zajednički nastup na tržištu, usluživanje doručka, održavanje okoliša i građevina, čišćenje građevina, pranje posteljine i ručnika kao i ostale

usluge po potrebi. Svaki gost integralnog hotela mora biti prijavljen i objavljen na recepciji integralnog hotela.

Integralni hotel može gostima ponuditi i druge usluge kao što su primjerice korištenje dvorane za kongrese, sportsko-rekreativni sadržaji, knjižnica, suvenirnica, izleti, kulinarske radionice, najam plovila, obilasci vinograda i vinskih podruma i dr. Te i slične usluge integralni hotel može pružati gostima samostalno ili u suradnji s drugim pružateljima usluga. Navedene usluge na raspolaganje može dati i lokalna zajednica.

Prednost integralnog hotela pred privatnim smještajem je u tome što integralni hotel omogućava gostu usluge recepcije kao bazu dogovaranja aktivnosti te brigu o slobodnom vremenu gosta što svakako dovodi do većeg zadovoljstva gosta. No, osnivanjem integralnih hotela potiče se i lokalno stanovništvo na razne aktivnosti što utječe i na razvoj lokalne sredine.

Organiziranje slobodnog vremena gosta posebno je važno uzmemo li u obzir da je „novi turist“\* aktivan, informiran, povrh svega „kupac“ životnih iskustava, doživljava i priča, izbirljiv i kritičan te želi biti sudionik i teži vlastitom unapređenju.

Također, integralnom hotelu, koji ima dodatne sadržaje, posebno je uređen i opremljen ili sadrži uređaje i pruža usluge prilagođene posebnim zahtjevima gosta, mogu se na zahtjev ugostitelja utvrditi i posebni standardi, kao što su primjerice: *business, club, meeting, congress, casino, holiday resort, family, health*



& fitness, diving, bike, za osobe s invaliditetom, za starije osobe i druge zakonom propisane posebne standarde pod uvjetom da su smještajni objekti integralnog hotela kategorizirani s 4 zvjezdice te da su ispunjeni i drugi zakonom propisani uvjeti za dobivanje posebnog standarda. Integralni hotel može imati najviše 4 posebna standarda.

Ako su za osnivanje integralnog hotela potrebna financijska sredstva, svakako treba uzeti u obzir mogućnost financiranja koju pruža Hrvatska banka za obnovu i razvoj te mogućnost korištenja sredstava Ministarstva turizma i sredstava Ministarstva regionalnog razvoja i fondova Europske unije.

Naime, Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije najavilo je natječaj za poticanje razvoja turizma davanjem podrške malom i srednjem poduzetništvu te za poboljšanje razvoja malog i srednjeg poduzetništva na domaćim i stranim tržištima.

Ciljevi najavljenog natječaja su poticanje investicija u početna ulaganja u turizmu, produljenje sezone i podizanje

**Ako su za osnivanje integralnog hotela potrebna financijska sredstva, svakako treba uzeti u obzir mogućnost financiranja koju pruža Hrvatska banka za obnovu i razvoj te mogućnost korištenja sredstava Ministarstva turizma i sredstava Ministarstva regionalnog razvoja i fondova Europske unije.**

konkurentnosti te ulaganja u materijalnu i nematerijalnu imovinu. Indikativni datum objave javnog natječaja je **29. rujna 2017. godine** pa svi koji žele osnovati integralni hotel te potrebna su im dodatna financijska sredstva, ne bi trebali propustiti ovaj natječaj.

Najavljeno je i da će fond ovog natječaja iznositi 202.278.555,00 kuna.

Osnivanjem odnosno udruživanjem u integralni hotel privatni iznajmljivači podižu kvalitetu svoje ponude i usluge, postižu tržišnu prepoznatljivost smještajnih objekata te kroz zajednički nastup na tržištu, stvaranje novih sadržaja i turističkih proizvoda i usluga te korištenjem novih tehnologija povećavaju mogućnost zarade odnosno povećavaju broj dana godišnje popunjenosti naročito u predsezoni i postsezoni.

Privatni iznajmljivači koji žele ostvariti sve prednosti modernizacije vlastitog smještaja i produljenja sezone, a time i povećati prihode te istodobno prednjačiti u trendu razvoja modernog hrvatskog turizma, mogu već sada započeti realizaciju udruživanja u integralne hotele.

Autorica:  
Ana-Marija Kajić, dipl. iur.

\*Pojam „novog turista“ preuzet je iz Strategije razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine.



# Odgovarajte na upite gostiju iako ste puni!



Pisana komunikacija s gostima neobično je važna! To je prvi ostvareni kontakt s gostom i gost tu stječe prve dojmove o svom budućem domaćinu. Promptan i profesionalan odgovor vaša je najbolja vizit karta.

Treba cijeniti svaki upit i čim prije odgovoriti na njega, unutar nekoliko sati, ali svakako isti dan. Zamislite samo ovo: od tisuće smještajnih objekata, tisuće destinacija i gradova, gost je na neki magičan način odabrao baš vaš grad i šalje upit baš vama! Pa nije li to fantastično?

Zanemariti upite gostiju zato što su svi kapaciteti već ionako puni, zna biti čest propust naših iznajmljivača. Više je razloga zašto moramo odgovoriti na svaki upit:

## 1. Razlog: Stvar opće kulture

Ignorirati upite ili jednostavno više uopće ne provjeravati redovito *e-mail* sandučić samo zato što su svi kapaciteti popunjeni, neodgovorno je. Zapravo, opća kultura nalaže odgovoriti nekome na *e-mail*, a posebice gostu na njegov upit bez

obzira na raspoloživost, to jest bez obzira jeste li u terminu iz upita slobodni ili već puni.

## 2. Razlog: Ponudite drugi slobodan termin

Ako vam nije slobodan termin za koji vas je gost pitao, svakako mu ponudite alternativni termin koji vam je slobodan, iznenadit ćete se koliko ima onih koji se mogu prilagoditi. Ako vam baš ništa nije slobodno, možete gosta uputiti na neku drugu adresu, kontakt od susjednog smještaja, lokalne agencije ili nekoga za koga znate da bi mogao imati slobodno. Takva pozitivna gesta na gosta će ostaviti pozitivan dojam.

## 3. Potpišite se punim imenom i potpunim kontakt podacima

Nije dovoljno samo potpisati se imenom i prezimenom. Potrebni su svi vaši kontakt

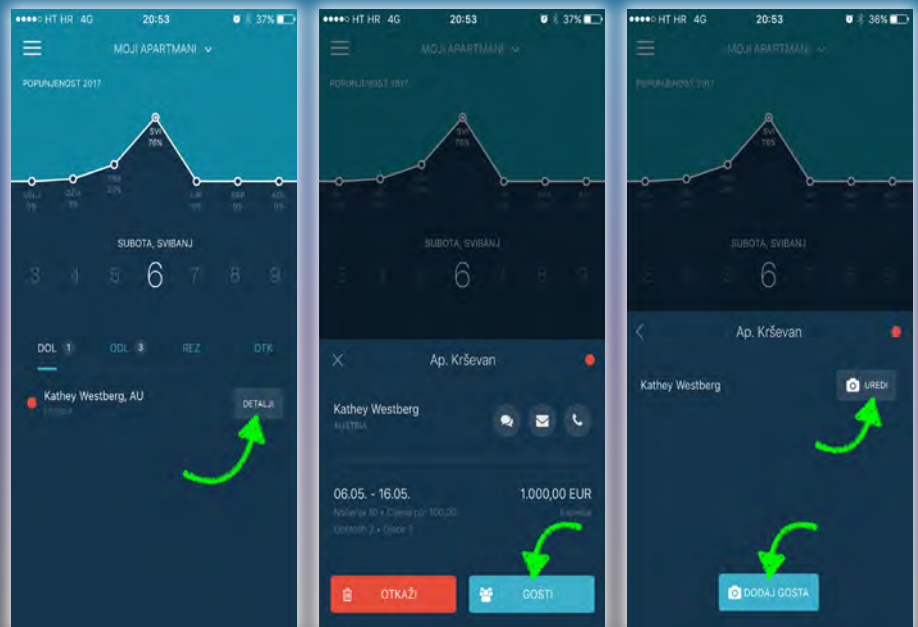
podaci. Potpuno je nedopustivo izostaviti potpis na kraju *e-maila*, to je neprofesionalno i aljkavo. U potpis na kraju *e-maila* to jest vašeg odgovora na upit gosta, dodajte kompletne kontakt podatke svog smještaja, a to znači ime smještaja, *e-mail*, *web*-stranica, eventualno Facebook stranica, telefon fiksni ili mobilni i fizička adresa smještaja. Inače, automatski potpis može se podesiti u opcijama vašeg *e-mail* poslužitelja tako da se automatski pojavljuje u svakom novom *e-mailu*. Gost, naime, šalje upit na više različitih mjesta i *e*-adresa, ne samo jednom iznajmljivaču i stoga je bitno kod odgovora da gost zna tko mu je odgovorio te o kojem je smještaju riječ.

Kruno Pekas  
Klub iznajmljivača

# Kako odraditi prijavu gostiju na eVisitor u samo nekoliko sekundi?

U prvom broju našeg časopisa predstavili smo aplikaciju Rentlio koja iznajmljivačima automatizira poslovanje, štedi vrijeme i eliminira mogućnost greške. U ovom broju detaljnije predstavljamo jednu od funkcionalnosti - Rentlio foto-prijavu.

Rentlio foto-prijava je funkcionalnost koja omogućava korisnicima da prijavu gostiju na eVisitor odrade u svega par sekundi. Umjesto zamornog ručnog prepisivanja podataka s dokumenata gostiju u sustav eVisitor, Rentlio foto-prijava gostiju pretvara vaš pametni telefon u skener dokumenata koji u manje od jedne sekunde očita sve podatke s dokumenta gosta. Na taj način eliminirana je mogućnost pogreške kod prepisivanja osobnih podataka gostiju, a ušteda vremena seže i do desetak minuta po dokumentu, odnosno gostu. Dakle, za očitavanje podataka s dokumenata gostiju dovoljno je samo usmjeriti kameru mobilnog telefona u dokument, a Rentlio mobilna aplikacija odradit će sve ostalo automatski.



Rentlio je funkcionalnost foto-prijave razvio u suradnji s Microblinkom, još jednom domaćom visokotehnološkom tvrtkom. Osim razvoja tehnologije za prepoznavanje teksta u realnom vremenu, Microblink je poznat i kao tvorca aplikacije Photomath koju koristi više od 8 milijuna korisnika širom svijeta. Za skeniranje dokumenata gostiju, nakon otvaranja Rentlio mobilne aplikacije, potrebno je kameru mobitela usmjeriti u dio dokumenta koji sadrži tzv. MRZ kod. MRZ je skraćenica za *Machine-Readable Zone*, a sam kod prepoznat ćete po velikom broju " <<<<<< " znakova. Na osobnim

iskaznicama MRZ kod nalazi se najčešće na stražnjoj strani osobne iskaznice. Kod putovnica MRZ kod nalazi se odmah ispod fotografije vlasnika putovnice. Osim skeniranja dokumenata u stvarnom vremenu, možete skenirati i dokumente koje ste prethodno fotografirali ili vam je njihovu fotografiju poslao netko od članova vašeg tima. Kada se upali kamera mobitela kako biste skenirali dokument, umjesto skeniranja kliknite na Učitaj iz galerije. Iz galerije spremljenih fotografija na vašem mobitelu odaberite fotografiju dokumenta koji želite skenirati i to je to.



# Struktura gostiju prema vrsti smještajnih jedinica: kuća za odmor, apartman, hostel ili hotel

Različite skupine gostiju biraju različit smještaj, cijena često nije najvažniji element pri odabiru smještaja iako zauzima vrlo visoko mjesto prilikom donošenja odluke.

Kuća za odmor odabiru uglavnom grupe prijatelja, obitelji s djecom, ponekad i par ako se radi o kući za odmor manjeg smještajnog kapaciteta. To su gosti koji vole vlastiti prostor, intimu i mir. Takve goste nećete privući u kuću s više apartmana bez obzira koliki ste im popust ponudili i koliko ste uložili u uređenje. Vlastito dvorište, mogućnost druženja s prijateljima do kasno u noć, meditacija uz bazen u potpunoj tišini, trčanje i vika

**Gostima koji za svoj boravak biraju apartmane važna je cijena, kvaliteta, uređenje, dodatni sadržaji, blizina dućana, plaže, pogled,...**

djece oko kuće,... sve su to detalji koje ovakvi gosti žele i to im je najvažnije dok maštaju o svom godišnjem odmoru. Ovakav gost ne pristaje na alternativu i cijena nije osnovni element koji odlučuje o mjestu koje će rezervirati. Naravno da gleda ako je razlika od 100 do 200 eura. No, cijena niža za 20, 30, 50 eura neće znatno utjecati na njegov odabir, naročito ako iza takve razlike u cijeni stoji i razlika u kvaliteti u bilo kojem segmentu.



Struktura gostiju koja bira apartmane razlikuje se od strukture gostiju koja bira kuće za odmor. Ovdje govorimo o prosjeku, naravno da uvijek ima iznimaka. U apartmane dolaze većinom obitelji – jedna obitelj, uža, šira, s djecom ili bez njih ili manje grupe prijatelja. Ponekad više obitelji rezervira dva ili više apartmana.

Većina smještajnih objekata u domaćinstvu pripada upravo ovoj skupini, posebno u urbanim destinacijama i destinacijama uz more. Apartmanski smještaj ima najnižu cijenu i to je jedan od razloga zašto gosti najviše biraju ovu vrstu smještaja. S obzirom na enormno povećanje broja apartmana, na tržištu vlada velika borba za svaku rezervaciju. Stoga je važan svaki detalj, a time i cijena.

Gostima koji za svoj boravak biraju apartmane važna je cijena, kvaliteta, uređenje, dodatni sadržaji, blizina dućana, plaže, pogled,...

Hostelski gosti razlikuju se od apartmanskih gostiju ili onih koji odabiru kuće za odmor.

To je u prosjeku skupina koja pripada nižoj životnoj dobi, iako se, posebno u gradovima, sve veći broj gostiju koji pripadaju starijoj dobnoj skupini odlučuje za boravak u hostelima. Hostele biraju najviše gosti koji putuju sami ili grupe prijatelja (manje ili više). Rijetko hostele izabiru obitelji s djecom ili parovi, posebno ako ne pripadaju

nižoj dobnoj skupini. Gosti biraju hostele jer im nude cijenu po osobi, cijene su niže od hotelskih, nisu sami, u hostelima se gosti upoznaju i družu međusobno, u hostelima postoji recepcija gdje mogu dobiti potrebne informacije, jednostavno vole ovu vrstu smještaja.

Gosti koji za svoj smještaj biraju hotele rijetko će se odlučiti za privatni smještaj bez obzira o kakvom se tipu smještaja radi. Ovi gosti vole komfor, privlače ih dodani sadržaji koje hoteli nude, svakodnevno čišćenje sobe ili hotelskog apartmana, doručak, ne žele kuhati za vrijeme svog godišnjeg odmora.

Trendovi u svijetu kreću se prema privatnom smještaju koji gosti sve više koriste. Kao razloge navode veću slobodu (nisu vezani satnicama doručka, ručka, večere), nižu cijenu, veću vrijednost za novac, mogućnost osjećaja načina života lokalnog stanovništva u kontaktu sa susjedima ili vlasnikom.





# Što je potrebno hrvatskim privatnim iznajmljivačima da se konačno u potpunosti digitaliziraju?

Uoči turističke sezone pokreće se istraživanje o utjecaju tehnologija, od sustava za upravljanje rezervacijama do plasiranja smještaja na platformama Airbnb i Booking, na poslovanje hrvatskih privatnih iznajmljivača, kao i izazovima s kojima se susreću. Uvod je to u sveobuhvatni projekt Digitalni iznajmljivači kojemu je cilj educirati i unaprijediti ovaj turistički segment.

**Konferencija, hackathon** putem kojih će se pronaći inovativna poslovno-tehnološka rješenja za hrvatske privatne iznajmljivače, te mnoštvo **savjeta za sve** vas koji se susrećete s izazovima modernog turizma, okupit će se ove godine pod jednim krovom, projektom **Digitalni iznajmljivači** koji pokreće medij specijaliziran za poslovanje na internetu, Netokracija. Kao uvod u širu priču te kako bi se prepoznale bolne točke, ali prednosti tehnološkog napretka u turističkom sektoru

privatnog iznajmljivanja smještaja u Hrvatskoj, pokreće se **sveobuhvatno istraživanje** te se poziva sve iznajmljivače da u njemu sudjeluju.

Danas nije potrebno ni naglašavati kako turizam predstavlja jednu od najvažnijih stavki hrvatskog BDP-a, s udjelom većim od 18%, a privatni smještaj u takvom sustavu prednjači po ukupnom broju noćenja turista. Međutim, on u isto vrijeme sadrži i velik potencijal za daljnji razvoj -

efikasnije poslovanje, rast cijena i veću stopu popunjenosti, i to sve uz pomoć modernih tehnologija.

Upravo zbog toga pokreće se **istraživanje** u kojemu će se doznati više o **načinima na koji koristite digitalne alate**, poput onih za upravljanje rezervacijama gostiju, oglašavanje na društvenim mrežama ili za administraciju, ali i **digitalne platforme**, poput Airbnba i Bookinga. Time će se provjeriti vaša razina poznavanja takvih tehnologija, ali i izazovi

koji vas muče u plasiranju smještaja na (digitalno) tržište. Zašto? Da bi iz toga proizašla čim bolja ponuda usluga i proizvoda na tržištu: alata, platformi i marketinških savjetovanja, koja će, u konačnici, unaprijediti vaše poslovanje.

Kako kaže voditelj projekta, Josip Zurak iz Netokracije:

*Cilj nam je kreirati "krvnu sliku" iznajmljivača privatnog smještaja u Hrvatskoj, prepoznati trendove te prostor za poboljšanja, kako bi ujedno i iznajmljivači poboljšali svoje poslovanje, ali i ostali dionici u turističkom sustavu kreirali za iznajmljivače bolje i prilagođenije proizvode.*



Josip Zurak,  
Netokracija

Projekt **Digitalni iznajmljivači** sastoji se i od niza **savjeta** koji će se objavljivati na Netokraciji u specijaliziranoj istoimenoj rubrici, a potom i konferencije posvećenom digitalnom turizmu te hackathonu na kojemu će ujedno i prezentirati rezultati istraživanja te doći do novih i inovativnih tehnoloških ideja koje bi mogle poboljšati krucijalan sektor u hrvatskom gospodarstvu.



Inicijativu Digitalni iznajmljivači podržali su stručnjaci iz industrije, pa tako **Emanuel Tutek** iz Horwath HTL-a, globalnog lidera u hotelijerskom konzaltingu, kaže kako, iako Airbnb predvodi digitalne trendove u ovom segmentu turizma, oni se ne svode samo na tu platformu:

*Na navedenu i brojne druge platforme ili digitalne kanale nadovezuje se još velik broj sličnih pa su sukladno tome razvijena softverska rješenja kao što su 'channel i reservation management' sustavi koji značajno olakšavaju iznajmljivačima da idu u korak s vremenom i unaprijede svoje poslovanje. Takva su rješenja već u širokoj primjeni diljem svijeta, a mi imamo i odličan primjer Rentlija u Hrvatskoj koji je pokazao da naša pamet usmjerena prema pravoj viziji može napraviti vrhunski proizvod s vrhunskim rezultatima.*

Zlatni partneri projekta su **Vipnet** sa svojom ponudom interneta za goste i već spomenuti **Rentlio**

koji nudi tehnološka rješenja u turizmu.

Kako biste postali dio projekta **te se uključili u istraživanje**, pratite novosti na **www.netokracija.com/tag/digitalni-iznajmljivaci** - tamo ćete moći čitati zanimljive intervjue, studije slučaja onih koji su uz pomoć dobrog korištenja tehnologija unaprijedili svoje poslovanje te dobiti kvalitetne savjete, poput onih o uspješnom plasiranju smještaja na internetu. Jer upravo su tamo vaši potencijalni gosti!

O Netokraciji:

*Netokracija (www.netokracija.com) je vodeća nezavisna regionalna platforma za sve koji žive za, na i od interneta – posvećena digitalnom poslovanju (i startupima), marketingu i kulturi. Teme o turizmu na ovom se mediju već godinama prate kroz rubriku Digitalni turizam, a sada se usmjerava posebno na sektor privatnih iznajmljivača s obzirom na njegov veliki potencijal i prostor za poboljšanje poslovanja te usluga za moderne turiste!*

Zašto biti jedan od tisuću, kada možete biti jedinstveni? Zašto trošiti svoje vrijeme i vrijeme gostiju umornih od puta i željnih odmora na objašnjavanje prijeko potrebnih informacija kako bi im boravak u vašem smještaju bio ugodan? Zašto obasuti goste mnoštvom informacija kada dođu u vaš smještaj, kada im to možete prezentirati na drugačiji način? Jesmo li vas zainteresirali? Želite li znati više?

# Sastavite svoju poruku dobrodošlice – u slikama



Zamislite da ste u nekoj dalekoj zemlji okovanoj snijegom i ledom u prosincu rezervirali svoj smještaj u Istri ili Dalmaciji. Više od pola godine veselite se odmoru na Jadranu, guštanju u moru i suncu, stvaranju divnih uspomena. Prođe i tih pola godine i pakirate svoje putne torbe, trpate stvari u prtljažnik i sjedate za volan. Znaete da vas do željene destinacije čeka barem 12 sati vožnje, ako su gužve na granicama, još i više. No, ne smeta vam – vi idete na odmor!

Upravo ovakav ili sličan scenarij proživljavaju vaši gosti. Nakon dugog i napornog puta, jedino što žele je baciti se u bazen ili more, popiti pivo na ležaljci ili pak zavaliti se u krevet ili kauč. Nije im do priča, a još manje do

toga da moraju pamtit kakve važne informacije. Olakšajte im, olakšajte i sebi – **pripremite poruku dobrodošlice – u slikama!**

### Budite dobar domaćin!

Kao svaki dobar domaćin, sigurno želite svojim gostima pružiti toplu dobrodošlicu, ostaviti dobar (odličan!) prvi dojam i na taj način privoljeti goste da dođu i naredne godine. Istovremeno, kao odgovoran iznajmljivač (i vlasnik ili suvlasnik nekretnine), morate brinuti o svom apartmanu ili kući za odmor.

I dok će većina „zabrana“ i uputa pisati u kućnom redu (koji je preporučljivo imati u svakoj smještajnoj jedinici), informacije

poput lozinka za pristup internetu ili za sef, neće se tamo nalaziti. Upravo za takve i slične informacije, dobro je sastaviti poruku dobrodošlice. Iako većina iznajmljivača osobno dočeka svoje goste, sve više ima onih koji koriste usluge dočeka

**Poruka dobrodošlice posebno će dobro doći u slučajevima kada goste dočekuje predstavnik agencije ili servisa umjesto domaćina.**



gostiju agencija ili kakvih servisa. Poruka dobrodošlice posebno će dobro doći u takvim slučajevima. Istovremeno će pružiti osobnu poruku domaćina gostima, a i nema bojazni da će koja bitna informacija biti izostavljena.

Što bi poruka dobrodošlice trebala sadržavati?

Prije svega gostima valja zaželjeti toplu dobrodošlicu u smještajni objekt te dati im do znanja da ste im vi ili koja druga osoba na raspolaganju za što god im treba kad god im treba. Možete to učiniti ovako:

*Dragi gosti, hvala Vam što ste odabrali naš apartman/kuću u kojem/kojoj ćete provesti svoj dugo iščekivani odmor. Nadamo se da ste dobro putovali i znamo da jedva čekate da Vaš odmor započne. Kako bi boravak u našem objektu protekao što bezbrižnije, u ovom ćete pismu/brošuri pronaći nekoliko ključnih i važnih informacija.*

*Bude li Vam potrebna dodatna informacija ili pojašnjenje, slobodno nam se obratite na broj +385 91 234 56 78 u bilo kojem trenutku. Tu smo za Vas za što god Vam treba!*

Nakon kratkog uvoda, navest ćete **informacije koje se odnose na vaš smještaj** poput:

- gdje se nalazi sef i koja je lozinka, odnosno kako ga koristiti;
- koji su pristupni podaci za internet te računalo, ako ga gostima dajete na korištenje;
- načina korištenja klimatizacijskih uređaja te drugih kućanskih aparata;
- koje programe gosti mogu gledati na televiziji;
- kada mijenjate posteljinu i ručnike te naplaćuje li se dodatno ta usluga;
- informacija o bazenu: dubina, širina, je li pogodan za malu

djecu, smiju li se kućni ljubimci kupati, kada dolazite čistiti bazen, ima li bazen slanu ili slatku vodu, je li bazen grijani te gdje se i kako uključuje grijanje, je li bazen privatni ili zajednički za više objekata te druge važne informacije u vezi s ponašanjem u bazenu i oko njega;

- ako imate dječje igralište, navedite za koji je uzrast pogodno;
- ako u dvorištu imate vrt pun cvijeća, a ne živite blizu objekta, možete goste ovim putem zamoliti da zaliju cvijeće;
- ako imate kućne ljubimce, možete navesti kojih se pravila ponašanja trebaju pridržavati poput: kućnim ljubimcima nije dozvoljeno spavanje na krevetima, dekama, poplunima ili ručnicima; nije dozvoljeno kućne ljubimce hraniti iz zdjela i tanjura koji su namijenjeni ljudima; nije dozvoljeno tuširanje/kupanje kućnih ljubimaca u kadi ili tuš-kadi i sl.;
- ako pružate uslugu doručka, napomenite do kada se i gdje uslužuje, je li potrebna najava te treba li prethodno usuglasiti posebnu prehranu sa šefom kuhinje;
- gdje gosti mogu ostaviti bicikle ili parkirati vozilo, smiju li koristiti vašu garažu ili parkirno mjesto, naplaćuje li se parkiralište i sl.;
- koje prostorije dijele s vama ili drugim gostima (dvorište, vrt, terasu, hodnik, ulaz i sl.);
- kada je check out, hoćete li ih otpratiti ili trebaju (i gdje trebaju) ostaviti ili predati kome ključeve;
- gdje se nalaze protupožarne deke ili aparat za gašenje požara te kutija prve pomoći;
- koje ste im promotivne materijale o destinaciji pripremili i gdje se nalaze te gdje mogu dobiti dodatne

informacije pr. o atrakcijama, događanjima, izletima i sl. Za kraj možete dodati i kakvu pošalicu, ključnu poruku, slogan i sl. – nešto po čemu jeste ili ćete biti prepoznatljivi ili jednostavno – srdačno ih pozdraviti!

## Zašto u slikama?

Gotovo sigurno vaši gosti neće doći niti do pola ovakvog ili sličnog popisa ako nema nekih elemenata (poput fotografija ili grafika koje bi „razbile“ monotoniju) – jer previše teksta zamara. Ipak, vama je važno da gosti pročitaju svaku informaciju ili barem onu koja je njima važna te da se lakše i brže snađu u „moru“ informacija.

**Popratite li tekst slikama, veća je vjerojatnost da će gosti pročitati informacije koje se na sliku odnose.**

Tekst možete **podijeliti po odlomcima** i međusobno ih **odijeliti crtama** ili na koji drugi način istaknuti. Možete tekst **pisati u okvire** i tako međusobno vizualno odvojiti informacije. Poželjno je da ključne riječi istaknete **podebljano** (masnim slovima, bold).

Imate li više informacija, možete složiti **malu brošuru** od 4 do 8 stranica A5 veličine (jedan ili dva A4 popola presavijena papira i međusobno spojena po sredini) dizajnirane tako da je uz svaku informaciju primjerice popratna fotografija (naravno profesionalna i visoke rezolucije) koja se odnosi na ono što sadrži tekst.

## SAVJETI



Uz informacije o korištenju sefa



Uz informacije o tome gdje se nalazi vatrogasni aparat



Uz napomenu da obavezno zaključaju vrata kad izlaze iz apartmana



Uz informaciju o načinu korištenja klimatizacijskog uređaja

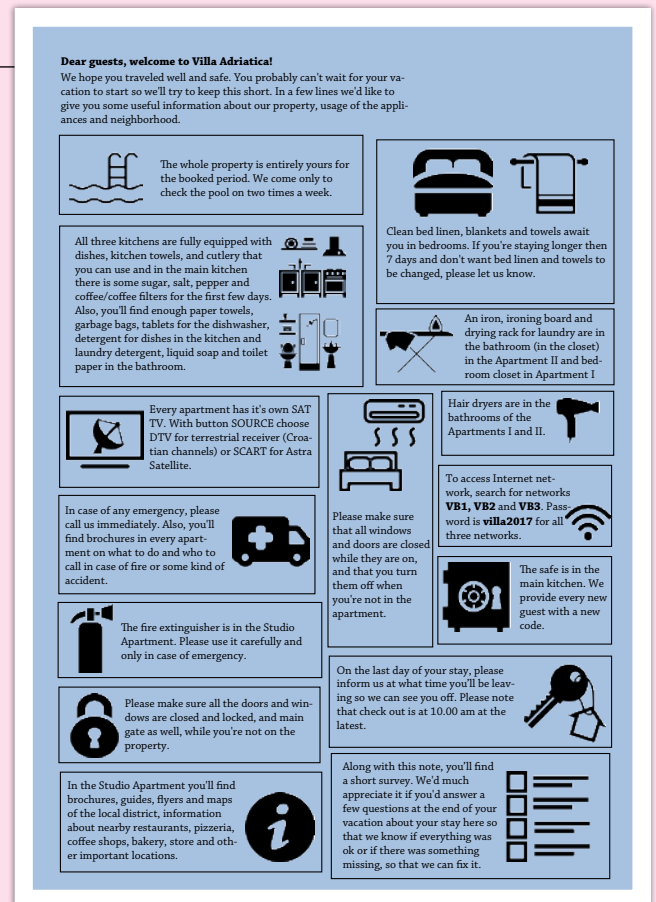


Uz informaciju o tome gdje se nalaze brošure ili ured turističke zajednice



Uz informaciju o korištenju interneta

Primjeri grafika (preuzeto s [www.freepik.com](http://www.freepik.com)).



**Najbolja vijest je da sve to možete učiniti sami, bez da ikoga plaćate za to.**

Jednostavnija varijanta je **letak** A5 ili A4 veličine (ovisno o količini informacija) koji uz informacije sadrži grafike. Brošuru ili letak možete složiti u Wordu ili Publisheru (programima Microsoft Officea) ili u nešto naprednijim programima kao što su Adobe InDesign ili Illustrator te Page Plus i sl. Dovoljno je poruke ispisati na kućnom pisaču i spojiti klamericom ili kakvom vrpcom.

**Neka vas gosti razumiju** U svakom, pa i u ovom obliku komunikacije, **važno je da vas gosti razumiju**. Uzalud sav vaš

**Prednost u tome da poruku dobrodošlice slažete sami, osim financijske, je i u tome što ćete ju u bilo kojem trenutku moći ažurirati bez da ikoga „gnjavite“ ili dodatno plaćate.**

trud da izradite brošuru, ako ono što u njoj piše gosti ne razumiju. Što možete učiniti? Ako su vaše poruke dobrodošlice duge i opširne, obiluju informacijama, **možete izraditi posebne brošure svaku na svom jeziku** te i dalje ostati na 4 do 8 stranica A5 veličine (sve što je više od toga, teško da će gosti čitati). Imate li manje informacija, možete

na jednom listu papira (obostrano) tekst na više jezika koji je, naravno, praćen slikama primjerice podijeliti po stupcima.

**Svakako preporučujemo da prijevode povjerite stručnim osobama, prevoditeljima ili vrsnim poznavateljima pojedinog stranog jezika.**

I za kraj: **budite kreativni, poigrajte se, personalizirajte svoju poruku!** Jednom izradenu, takvu poruku moći ćete koristiti godinama!

Autorica: Marijeta Matijaš, prof., lektorica i poslovna savjetnica  
Kreacija j. d. o. o.  
[www.kreacija.info](http://www.kreacija.info)  
[kreacija.info@gmail.com](mailto:kreacija.info@gmail.com)

# TripAdvisor za iznajmljivače

Najbolja reklama je preporuka zadovoljnog gosta. Ako pogledate razna turistička istraživanja primijenit ćete kako je preporuka rodbine i prijatelja jedan od najvećih razloga za odabir odredišta za odmor.

Upravo zbog toga TripAdvisor je među najpopularnijim turističkim portalima na svijetu. Naime, gostima omogućuje pregled komentara gostiju; kakav im je bio doživljaj boravka u destinaciji, restoranu, smještaju.



## Zašto je TripAdvisor zanimljiv privatnim iznajmljivačima?

Jer omogućuje da vas gosti reklamiraju publici od preko 50 milijuna jedinstvenih posjetitelja mjesečno, omogućuje vam brzo uspostavljanje kredibiliteta. Istaknite na vlastitoj internet stranici visoku ocjenu koju ste dobili na TripAdvisoru. Time gostu dajete do znanja da imate kvalitetu. Gosti više vjeruju ocjenama drugih turista nego vašoj vlastitoj reklami. Omogućuje vam prodaju smještaja uz proviziju od 3% preko mreže TripAdvisor portala koju uz [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com) čine: [www.holidaylettings.co.uk](http://www.holidaylettings.co.uk), [www.flipkey.com](http://www.flipkey.com), [www.niumba.com](http://www.niumba.com) i [www.housetrip.com](http://www.housetrip.com).

## Koji su bitni koraci za TripAdvisor promociju?

Provjerite jeste li na TripAdvisoru izlistani direktno.

Vaš privatni smještaj na TripAdvisoru može biti prisutan na dva načina: direktno ili preko nekog od TripAdvisor partnera. Jedino ako ste se registrirali direktno preko:

<https://rentals.tripadvisor.com/register> imate prodaju uz proviziju od 3%. Ako imate TripAdvisor profil preko nekog od partnera (pri dnu profila vam stoji napomena) kao npr. Booking.com, onda prodaja ide preko njih i plaćate proviziju 15% ili više.

## Odgovarajte na komentare gostiju

Odgovorite na sve komentare koji vam vaši gosti ostavljaju, bili oni pozitivni ili negativni. Odgovor uvijek mora biti pristojan i informativan. Nastojte odgovorom i negativni komentar pretvoriti u pozitivni. Ili se samo zahvalite gostu na pozitivnom komentaru.

## Skupite što više komentara gostiju

TripAdvisor vam omogućuje da tražite komentar (review) od svih gostiju koji su kod vas bili unatrag dvije godine, bez obzira na koji način su došli do vas, direktno ili preko nekog drugog posrednika. Nemojte sami slati mailove sa zamolbom gostu da vam ostavi komentar, nego im te zahtjeve šaljite preko TripAdvisor sučelja. Kako bi to mogli potrebno je redovito skupljati mailove gostiju. Ovo naravno vrijedi ako imate kvalitetnu ponudu. Ako je nemate, prvo uklonite sve nedostatke pa onda od novih gostiju tražite komentare.

Vedran Pražen,  
savjetnik za internetski marketing  
[www.smartingo.com](http://www.smartingo.com)



Knjiga "Kako mrežom uhvatiti goste" djelo je američkih i hrvatskih stručnjaka. Sadrži konkretne upute za postizanje više rezervacija uz niže provizije, kao i ideje za produljenje sezone.

Naručite danas i uz knjigu dobivate 700,00 kn poklon-vaučer za digitalni marketing.

Naručite na  
[www.marketingvodic.com](http://www.marketingvodic.com)  
ili pozivom na 097 652 7331

# Info mapa

Izuzev „starih“, većina gostiju koji dolaze k nama nije bila prije u našem objektu, mnogi od njih niti u našoj destinaciji, često niti u našoj zemlji. Slušali su o nama, čitali, gledali, ali još uvijek imaju brojna pitanja na koja žele dobiti odgovore prije dolaska. Zanima ih kako doći do našeg objekta, što mogu raditi u destinaciji, gdje je najbliži dućan, koji su najbolji restorani i sl. Da bismo svoje goste što bolje pripremili za ugodan boravak u našem objektu, preporučuje se izraditi Info mapu u elektronskom izdanju te poslati im ju *e-mailom* prije njihova dolaska.

Info mapa je personalizirana brošura koja sadrži korisne informacije za goste koji borave upravo u našem objektu. Što više informacija, fotografija i savjeta ona sadrži, to će biti kvalitetnija i time pružiti našim gostima informacije koje će njihov boravak u našoj destinaciji i u našem objektu učiniti nezaboravnim.

Ne morate biti grafički dizajner da bi vaša Info mapa zadovoljila potrebe vaših gostiju. Čak i ako vaše informatičke vještine i ne sežu dalje od Worda, i dalje možete izraditi visokokvalitetnu Info mapu.

**Preporučuje se da Info mapa sadrži sljedeće:**

1. Osnovne informacije o iznajmljivaču
2. Informacije o dolasku do objekta
3. Vodič aktivnosti
4. Gastronomski vodič
5. Informacije o objektu
6. Praktične informacije
7. Ostalo

### 1. Osnovne informacije

Napišite sve svoje podatke: ime i prezime vlasnika, adresu, internetsku stranicu, e-mail, broj telefona.

Predstavite se svojim gostima; napišite živite li u objektu, tko je osoba s kojom kontaktiraju, kako ćete dočekati goste, kada i kako ćete im biti na raspolaganju.

Primjer: *Moje ime je Ivana. Apartman „More“ u vlasništvu je moje obitelji. Moji roditelji i ja živimo u objektu u kojem se nalazi apartman koji ste rezervirali. Turizmom se bavimo dugi niz godina i zadovoljstvo nam je biti Vaš domaćin. Prilikom*

**Navedite svoju adresu, priložite zemljopisnu kartu s pozicijom vašeg objekta te GPS koordinate.**

*Vašeg dolaska, dočekat će Vas netko od članova moje obitelji ili ja, pokazat ćemo Vam Vaš apartman te pružiti Vam sve potrebne informacije. Tijekom Vašeg boravka bit ćemo Vam na raspolaganju 24 sata dnevno. Ako Vam je potrebna naša pomoć, a ne nalazimo se u tom trenutku u objektu, uvijek nas možete kontaktirati na broj mobitela +385 96 5674 657. Govorimo engleski i njemački jezik.*

### 2. Informacije o dolasku do objekta

Navedite svoju adresu, priložite zemljopisnu kartu s pozicijom vašeg objekta te GPS koordinate. Također, navedite kako gost može doći do Vas.

Primjer:

*Najbliža zračna luka je Resnik. Iz zračne luke do našeg objekta možete doći autobusom do centra grada ili taksijem.*

Napišite gostima i vozni red autobusa, tramvaja ili kojeg drugog javnog prijevoza.

Navedite informativnu cijenu putne karte za jednu osobu ili očekivanu cijenu taksija na relaciji o kojoj pišete te očekivano vrijeme trajanja vožnje.

Ako je vaš objekt na otoku, navedite vozni red trajekta i informativne cijene za automobil i jednu osobu te očekivano vrijeme trajanja

putovanja. Također, navedite gostima i vozni red autobusa koji prometuju po otoku te informativne cijene karte za jednu osobu od trajektnog pristaništa do vašeg objekta.

### 3. Vodič aktivnosti

Predložite gostima nekoliko aktivnosti koje mogu raditi u vašoj destinaciji: zabavni parkovi, muzeji, biciklističke staze, windsurfing i slične zanimljivosti.

Ako primete goste s kućnim ljubimcima, navedite nekoliko korisnih savjeta poput informacije o plažama za pse, dućanima koji prodaju hranu za kućne ljubimce, broj veterinara i sl.

Gostima koji dolaze s djecom, navedite nekoliko aktivnosti kojima mogu ispuniti vrijeme i lokacije koje mogu posjetiti kao što su dječji parkovi, događanja za djecu, plaže prilagođene djeci i sl.

Ako se vaš objekt nalazi blizu plaže, postavite fotografije nekoliko plaža s informacijama kakve su plaže (šljunčane, pješčane,...), koliko su udaljene od vašeg objekta, koje dodatne sadržaje imaju i koliko su dostupne za koju kategoriju gostiju (goste s djecom, goste s posebnim potrebama, teže pokretne goste, goste s kućnim

**Dodajte i neke zanimljive informacije kao npr. pekara s vrućim krafnama koja je otvorena do 2.00 ujutro**

ljubimcima, goste koji preferiraju plaže na osami,...).

U ovom poglavlju napišite adresu i kontakt turističke agencije koja organizira izlete, *rent-a-car* službe gdje mogu unajmiti biciklu, skuter, *quad* ili auto.

Dodajte i neke zanimljive informacije kao npr. pekara s vrućim krafnama koja je otvorena do 2.00 ujutro ili mogućnost kupnje svježe ulovljene ribe na rivi ujutro između 4 i 7 koju prodaju ribari koji su se vratili iz ribolova.

### 4. Gastronomski vodič

Gosti nas često pitaju koje restorane bismo im preporučili. Iskoristite ovaj dio Info mape da im predložite restorane za koje znate da pružaju kvalitetnu uslugu. Ovdje upišite linkove na internetske stranice restorana, kontakte ili čak detaljne informacije o restoranima uz popratne fotografije.

### 5. Informacije o objektu

Gosti su već odabrali vaš objekt stoga nije potrebno pisati opis objekta već neke dodatne korisne informacije kao što je udaljenost od najbližeg dućana, ljekarne, pošte, vulkanizera, bankomata, mjenjačnice, banke, ambulante i sl.

Ovo poglavlje Info mape iskoristite za neke važne dijelove kućnog reda, tako im pružite informacije koje vas inače „muče“, primjerice:

- U periodu od 22 do 8 sati ujutro nije dopušteno puštanje glasne glazbe, buka i sl. aktivnosti koje ometaju ostale goste, susjede i ukućane.
- Cijena završnog čišćenja uključena je u cijenu ako apartman ostavite u stanju u kojem ste ga zatekli. Ako nemate vremena ili ne želite vratiti apartman u stanje u

kojem ste ga zatekli, potrebno je platiti završno čišćenje po cijeni od 30 eura.

- Iznošenje stvari iz apartmana, kao što su prekrivači, ležaljke i sl. nije dopušteno iznositi iz objekta bez suglasnosti vlasnika.
- Gostima s kućnim ljubimcem koji borave u objektu nije dopušteno ostavljati kućnog ljubimca samog u apartmanu bez prisutnosti njegovog vlasnika.
- Male kućanske aparate potrebno je isključiti prije izlaska iz objekta (uključujući klimatizacijski uređaj).

**Što ćete još u ovom dijelu napisati, ovisi o tome što vas gosti najčešće pitaju i traže i u vezi s čime vam se najčešće događaju nespozum s gostom.**

Ako je vaš objekt certificiran oznakama kao što su Kvarner Family, Domus Bonus i sl., ili imate oznaku da je vaš objekt "Friendly" tj. specijaliziran za neku skupinu gostiju, istaknite to i obrazložite zašto. Primjerice ako ste „Moto Friendly“, napišite da imate garažu u kojoj motociklisti mogu parkirati svoj motocikl, navedite adresu i kontakt najbližeg mehaničara, opis *moto* događanja i sl.

### 6. Praktične informacije

Navedite osnovne informacije koje će gostima biti zanimljive kao:

- koje je dokumente potrebno imati u Hrvatskoj;

- koliko je ograničenje alkohola u vožnji;
- tečaj kune;
- informacije o najbližim benzinskim stanicama (ako ste na otoku istaknite i njihovo radno vrijeme).

### 7. Ostalo

Ovo je dio Info mape u kojoj možete svojim gostima pružiti informacije poput:

- u objektu račun možete platiti samo u gotovini, ne primamo kreditne kartice;
- račun je moguće platiti u kunama ili eurima;
- prijava gostiju je od 14.00 do 22.00 sata. Ako dolazite nakon 22.00 sata, molimo Vas da nam najavite kasni dolazak;
- odjava gostiju je do 10.00 sati;
- ako dođete ranije u objekt, možete ostaviti svoju prtljagu dok apartman ne bude spreman za korištenje.
- ako želite ostati duže od 10.00 sati, molimo vas da nam najavite. U slučaju da je apartman prazan, i ne očekujemo tog dana druge goste, moguća je kasnija odjava gosta. Ako očekujemo tog dana druge goste, možete svoju prtljagu ostaviti do odlaska.

Što ćete još u ovom dijelu napisati, ovisi o tome što vas gosti najčešće pitaju i traže i u vezi s čime vam se najčešće događaju nespozum s gostom. Ovo je odlično mjesto i način kako izbjeći moguće nespozume s gostima.

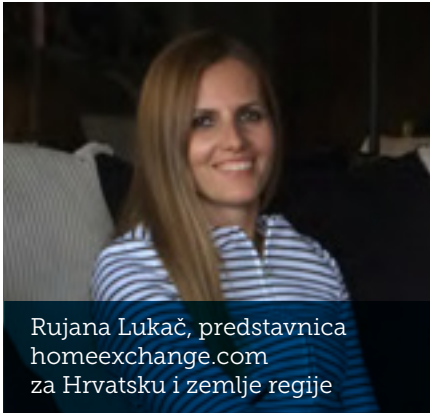
Na kraju Info mape, uz klasičan pozdrav, preporučujemo da gostima sugerirate da vas na dan dolaska, nekoliko sati prije obavijeste porukom (npr. SMS-om) kada možete očekivati njihov dolazak. Na ovaj način izbjeći ćete cjelodnevno čekanje gosta, a i samom gostu osigurati dodatnu sigurnost.



# Kako pustiti stranca u svoju vikendicu i uživati u bezbrižnom i besplatnom odmoru

HomeExchange.com, kako smo već objavili u našem prvom broju, odličan je način kako u predsezoni i postsezoni možemo profitirati od naše nekretnine i iskoristiti je u dane kada nije u ponudi za najam da bismo i mi negdje boravili besplatno i to na više od 65.000 različitih lokacija koje su u ponudi. Unatoč saznanju i mnogim mogućnostima ovog koncepta odmora, mnogi se zainteresirani plaše činjenice da puštaju „stranca“ u kuću koji će kod njih boraviti besplatno.





Rujana Lukač, predstavnica homeexchange.com za Hrvatsku i zemlje regije

Korisne savjete te kako prevladavati početnički strah u prvoj zamjeni s nama je podijelila predstavnica HomeExchange.com-a za Hrvatsku Rujana Lukač koja se najviše raduje kada ju nazovu članovi i podijele svoja iskustva s oduševljenjem i dozom humora na strah i nedoumice koje su u početku imali.

**HomeExchange.com je do sada zabilježio više od milijun zamjena od kada postoji stranica, a to je od davne 1992. godine.**

„Svi koji dogovaraju svoju prvu zamjenu, osjećaju se pomalo neizvjesno kako će to sve izgledati, jesu li se dobro pripremili, hoće li njihov stan biti u stanju u kojem su ga predali, što ako se nešto razbije ili ukrade, ili ako netko „dira“ njihove stvari. Sve ovo možemo jako dobro isplanirati, koordinirati, saznati, dogovoriti do najsitnijih detalja prije zamjene i neugodnih iznenađenja neće biti. HomeExchange je do sada zabilježio više od milijun zamjena od kada postoji stranica, a to je od davne 1992. godine. Sve te godine bile su dovoljne da članovi dogovaraju i odlaze na svoje zamjene potpuno bezbrižno jer znaju što ih čeka s druge strane. Hrvati imaju problem oko puštanja

nepoznate osobe u svoj dom, iako bez razloga, a „stranac“ brzo se promijeni u prijatelja. Naravno da je to izraženije kod onih vlasnika koji u zamjenu daju svoj dom, a manje kod onih koji su iznajmljivači pa svakodnevno imaju goste u svojoj kući. Uvijek kao primjer izdvajam iskustvo djevojke koja se učlanila sa svojom kućom na moru i zvala me svaki drugi dan s nekim novim pitanjem „što ako“ i „kako će ona pustiti nekog stranca u svoju vikendicu“. Osim što je imala početničke dvojbe oko toga koliko je to sigurno, jesu li to stvarni ljudi, hoće li uništiti njezinu kuću, kako ovo, kako ono, zaredala su se i pitanja ostalih članova obitelji. Kako sam ja odgovarala na njihova silna pitanja, a oni radili na svojim odgovorima, uslijedila je prva zamjena i oduševljenje uz pozitivne komentare. S jednom obitelji koja je k njoj došla iz Kalifornije prošle je godine provela odmor putujući po Jadranu i kaže da je to takvo prijateljstvo o kojem je samo mogla sanjati. Dakle, da – postoji onaj prvi put, ali nakon toga sve je tako jednostavno i ležerno, i slijedite li korake do zamjene, zaista straha nema. Moje iskustvo s čak 15 zamjena također je pozitivno i uvijek sam bila oduševljena ljudima koji zamjenu shvaćaju kao puno više od besplatnog smještaja, rađaju se prijateljstva, s tim se ljudima družite i putujete dalje po svijetu.

**S obitelji sam se čula 5 puta Skypeom i razmijenila više od 10 e-poruka. Nikada nisam imala osjećaj da idem k nekim nepoznatim ljudima jer smo se već bili toliko zblížili da taj osjećaj nije postojao.**

Sjećam se svoje zamjene u Francuskoj u Provansi. Ključ od kuće dobila sam u kuverti. S obitelji sam se čula 5 puta Skypeom i razmijenila više od 10 e-poruka. Nikada nisam imala osjećaj da idem k nekim nepoznatim ljudima jer smo se već bili toliko zblížili da taj osjećaj nije postojao. Čak smo se i sa susjedima upoznali i proveli jedno poslijepodne zajedno uz roštilj. Strah ne postoji i ne stanuje u domovima članova HomeExchange.com-a. To vam svi koji su imali zamjenu mogu i osobno potvrditi. U Hrvatskoj je 350 članova, u svijetu više od 60.000.”

### Najčešća pitanja novih članova

#### Ne poznajem ljude koji dolaze k meni, što sada?

Da, to je istina u početku, dok ih ne upoznate razmjenjujući poruku po poruku preko portala. Već od vašeg prvog upita za zamjenu pa do odgovora s druge strane vrlo brzo ćete imati osjećaj kao da se dogovarate s prijateljem koji će doći k vama i dajete mu upute oko toga što da napravi u kući, možda zalije cvijeće, kako da ugasi svjetla na terasi, kako se pali ili gasi klima ili gdje je prvi dućan. Dok ne dogovorite zamjenu, razmijenit ćete barem 10 poruka. Kako biste bolje upoznali ljude koji dolaze k vama, evo što možete napraviti i na što da obratite pažnju.

- **Uređivanje svog profila na stranici** – Dio u vašem oglasu gdje predstavljate sebe slikom i tekstom itekako je važan dio vašeg predstavljanja. Ovo je mjesto gdje ćete se možda na prvu već osjećati ugodnije kada vidite da iza imena osobe s kojom ste u kontaktu postoji i slika osobe, para ili obitelji s kojom ćete se uskoro čuti telefonom ili razgovarati na društvenim mrežama.





- **Sigurnosni sustav dopisivanja** – kada se dopisujete s nekim, osobni podaci su skriveni, kao i točna adresa druge strane. Privatnost je zagarantirana s obje strane sve do dogovora zamjene ili drugog oblika nastavka komunikacije.
- **Provjera članova** – Provjera vašeg broja telefona, e-adrese ili profila putem društvenih mreža dodatan je faktor provjere sigurnosti. Uvijek možete tražiti vaše partnere za zamjenu da dopune profil, ako vam njihove informacije koje su vam trenutačno dostupne nisu dovoljne. Slobodno pitajte što vas još zanima.
- **Iskustva zamjena** – Vjerojatno ćete se prvi put osjećati puno sigurnije ako se mijenjate s nekime tko već ima zamjenu iza sebe. Ako vam je to bitno, možete jednostavno selektirati one članove koji su se već zamijenili.
- **Recenzije** – Pogledajte kada su se i gdje zamijenili vaši potencijalni partneri

pregledavajući recenzije koje su ostavili drugi članovi za njihov dom.

Kada ste razmijenili nekoliko poruka, idealno je vrijeme da dogovorite prvi **Skype Video Chat, ili neki drugi oblik dopisivanja koji vam odgovara**. Ovim putem ostvarit ćete puno osobniji pristup i već ćete se osjećati korak do prijateljstva nakon poziva.

### Ugovor o zamjeni

Ako želite da svi detalji oko dogovorene zamjene budu i na papiru, postoji jednostavan ugovor koji se nalazi na stranici, a koji mogu koristiti obje strane u skladu sa svojim željama.

### Što s mojim stvarima?

Naravno da svi imamo neku stvar, vrijednost, ono nešto što je nama toliko bitno tj. od neprocjenjive vrijednosti. Ako zaista imate nešto takvo, uvijek možete spremiti ili čak i zaključati na vama željeno mjesto ili te stvari odnijeti bližnjima

da vam ih pričuvaaju dok se vi vratite. Javite susjedima da vam dolaze gosti, recite im da će kod vas biti homeexchangeri jer će se svi tako ugodnije osjećati. Susjedi će pozitivno reagirati, a brojeve telefona svakako je korisno ostaviti ako kome zatreba pomoć, a vi ste negdje daleko.

### Još uvijek imate pitanja?

Na stranici HomeExchange.com postoji i centar korisničke podrške koji je na raspolaganju za sve članove od 00:00 do 24:00, sve dane u tjednu. Također, možete se obratiti lokalnoj predstavnici, Rujani Lukač koja za sobom ima veliko iskustvo zamjene, na rujana@homeexchange.com, i tako dobiti sve informacije iz prve ruke ako vas zanima nešto specifično ili pak želite dobiti više informacija o destinaciji koju planirate posjetiti.

Tisuće ljudi napravilo je zamjenu. Iskoristite i vi svijet mogućnosti besplatnog odmora u više od 165 zemalja diljem svijeta.

# Privucite goste biljkama

Uređena okućnica, ukrasno bilje, organski vrt, voćnjak,... postaju sve važniji elementi naše ponude. Kako posvećujemo pažnju madracima, posteljini, opremljenosti kuhinje, bazenima i sl., tako sve važnije postaje i uređenje okućnice, vrta, terase i balkona.

Mnogi iznajmljivači sve više uređuju svoje okućnice jer su i sami primijetili da gosti radije rezerviraju smještaj s lijepo uređenom okućnicom, vrtom ili balkonom.

Nije to baš jednostavan posao. Često nam se dogodi da izaberemo prekrasno bilje koje smo vidjeli u raznim časopisima, TV emisijama, filmovima ili na našim putovanjima. Uspjeli smo naći upravo to bilje, posadili smo ga, ali konačni rezultat nije bio onakav kakav smo očekivali i htjeli. Razlog tome je što različite biljke uspijevaju u različitim uvjetima. Ako smo iznajmljivač čiji se objekt nalazi na otoku, na sjeveru Hrvatske ili u kršu dalmatinske Zagore, nećemo moći imati jednako uređene okućnice tj. okućnice s jednakim biljem.

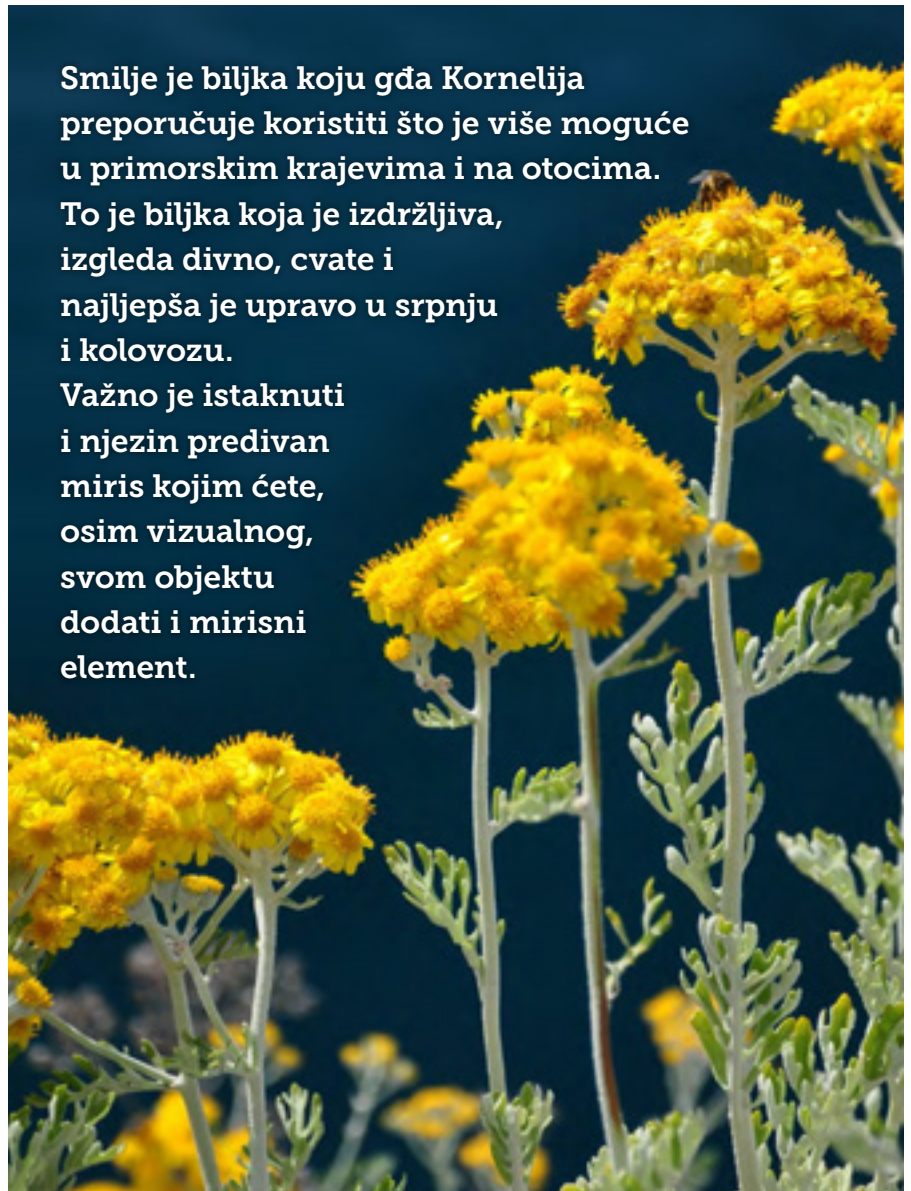
Bez obzira na to o kojem se podneblju radi, najvažnije je da hortikultura bude održiva.

Nedavno je Kornelija Benyovsky Šošarić voditeljica poznate emisije Vrtlarica koja se prikazuje na HTV-u, emisije o hortikulturi i vrtlarstvu, gostovala kao savjetnica na Sajmu cvijeća koji se održao u Novalji pod pokroviteljstvom TZG Novalje i skrenula je pažnju malim iznajmljivačima na uređenje okućnica. Za vrijeme savjetovanja, Kornelija je izjavila da okućnice na našim otocima, posebno onima koji su izloženi burama, nisu pogodne za sadnju trave i ruža. Iako su zeleni travnjaci izrazito popularan element u uređenju okućnica, trava je neprikladna i neodrživa u takvom podneblju. Trava zahtijeva puno gnojiva i puno vode što u primorskom okolišu nije prirodno. Lavanda, ružmarin, tamaris, lovor, oleandar, žednjaci poput agave i aloe biljke su koje će objekte u ovom podneblju učiniti

**Smilje je biljka koju gđa Kornelija preporučuje koristiti što je više moguće u primorskim krajevima i na otocima.**

**To je biljka koja je izdržljiva, izgleda divno, cvate i najljepša je upravo u srpnju i kolovozu.**

**Važno je istaknuti i njezin predivan miris kojim ćete, osim vizualnog, svom objektu dodati i mirisni element.**



prepoznatljivima, ljepšima i one su autohtone. Upravo ovakvim vrstama biljaka iznajmljivači će istaknuti tradiciju i kulturu koju gosti na obali očekuju i radi čega dolaze.

Sve ukrasne biljke koje danas sadimo u našim vrtovima, nekada su rasle slobodno u prirodi. Najvažnije je promatrati koje su to biljke koje uspijevaju i koje su brojne u našem okruženju. Upravo takve biljke potrebno je saditi u našim okućnicama, njima ćemo posebno istaknuti naš objekt i učiniti ga privlačnijim, kako našim gostima, tako i nama.

## **Kako rasporediti bilje u okućnici**

Nama se često svide određene vrste bilja te ih tim redom kupujemo i sadimo. Rezultat bude prilično šarenilo u vrtu koje ponekad i ne izgleda tako lijepo. Kornelija savjetuje manje vrsta, ali veći broj istog bilja. Primjerice, ako želite posaditi lavandu, posadite više grmova lavande jedan blizu drugoga. Ovako grupirane biljke otpornije su, štite jedna drugu, manje su izložene nepogodama i ljepše izgledaju, kao prirodni, ljubičasti otok. Također, ako želite posaditi smilje,

## UREĐENJE OKUĆNICE

posadite nekoliko grmova smilja. Na takav način oponašamo biljke u prirodi gdje rijetko nailazimo na dva, tri grma jedne biljke. Naša okućnica izgledat će na taj način prirodnije.

Također, preporučuje se saditi biljke uz rubove vrta odnosno uz zidove, a sredinu ostaviti praznu. Na ovaj način svaka biljka dolazi do izražaja i puno ljepše izgleda. U tom dijelu „bez bilja“ možemo postaviti ležaljke, stol, stolice ili smjestiti bazen. To je prostor koji će služiti za uživanje u okućnici i biljkama.

Iznajmljivači u svim dijelovima Hrvatske već dobro znaju da je uređena okućnica dodatna vrijednost njihovim objektima. Prednost ove vrste uređenja prepoznaju i turističke zajednice koje, osim hortikulturnog

uređenja destinacije, sve više pažnje poklanjaju uređenju okućnica mještana, time i iznajmljivača. Mnoge od njih poklanjaju sadnice svojim iznajmljivačima, nagrađuju najljepše vrtove ili organiziraju besplatno savjetovanje hortikulturnih stručnjaka koji savjetuju iznajmljivače kako će njihove okućnice izgledati još ljepše.

Organski vrtovi trebali bi biti primjereni potrebama gostiju. Ako gosti borave kod nas u ljetno vrijeme, trebalo bi posaditi plodasto povrće: rajčice, paprike, krastavce..., ono što će gosti moći ubrati i kušati. Trebalo bi odabrati neke autohtone sorte, ako je moguće nabaviti sjeme od bake, tete, mame koje to čuvaju godinama.

Prednost naše ponude je u

kušanju plodova kakvih do sada nisu imali prilike kušati. To su okusi određenih područja, određenih podneblja, to su mirisi koji se dugo pamte i to su zapravo doživljaji. Poanta takvih organskih vrtova je doživljaj. Bitno je da je vrt elegantan, a isto tako vizualno zanimljiv koliko i gastronomski. Organski vrtovi apsolutni su hit u svijetu. Kod nas, nažalost, nisu zaživjeli u punom smislu. Takvi vrtovi trebali bi biti funkcionalni, ali i estetski dopadljivi. Vrtovi u kojima se uzgaja bilje koje koristimo u prehrani ne moraju biti onakvi kakve smo navikli vidjeti po poljoprivrednim imanjima. Oni mogu na jednom mjestu imati mješavinu bilja: povrće, ljekovito i aromatično bilje, cvijeće i sl. radi čega će djelovati puno šarmantnije. Trebalo bi izbjegavati klasične i uredne gredice s redovima,



Hortikulturno savjetovanje za male iznajmljivače u Novalji na Pagu

Kornelija Benyovsky Šoštarić, „Vrtnarica“

Meri Čizmić Krajević, glavna urednica časopisa „Apartman Plus“

Marina Šćiran Rizner (TZG Novalja), organizatorica

već osmisлити vrt koji će odisati šarmom tako da gostima bude zabavan, ugodniji i u kojem će im biti zanimljivije boraviti.

## Vrtovi u Slavoniji

U Slavoniji može se sve uzgajati. Ipak, čini se jedna velika pogreška. U posljednje vrijeme jako su popularni kamenjari. Kamenjar je nešto što ima smisla u Alpama, ili gorskim vrtovima, no raditi kamenjar u slavonskom vrtu uz pejzaže prepune ravnica, žitnih polja, polja kukuruza velika je pogreška. Kamenjar ovom ambijentu ne pripada. Ipak, iz nekog je razloga postao jako popularan pa često susjedi kopiraju jedan drugoga i sade niske alpske bilje među kamenjem.

Kamen i Slavonija nespojivi su. Slavonija je pogodna za niz divnog trajnog cvijeća, no i drugo će uspjevati. Slavonija bi mogla biti kao prekrasna bajka puna prekrasnih vrtova, samo treba raditi na tome. Uzgajati bilje, ukrasno cvijeće ne znači posijati pšenicu i ništa ne raditi cijele godine. Ukrasni vrt zahtjeva puno posla i više brige i treba ga pametno rasporediti. Česta greška vrtlara amatera je da sadi posvuda pa bi preporuka bila da se sadi bilje u većim skupinama i više po strani. Također, trebalo bi odabrati trajnice koje će cvjetati u različito doba godine.

Graničice ili dnevni ljiljan divna je biljka koja prekrasno cvjeta, hortenzije su prekrasne, jorgovani koji su bili sveprisutni u Slavoniji i u sjevernoj Hrvatskoj, danas su gotovo iščeznuli. Oni su simboli proljeća i ljubavi. Jorgovan treba vratiti u naše vrtove, a pogotovo u vrtove sjevernih krajeva Hrvatske.

Za terase preporučuju se pelargonije. To je već postala tradicionalna biljka koja krasí balkone, što je i razumljivo jer dugo i prekrasno cvjeta. Vrlo

je otporna na sušu i voli puno sunca te idealna je za sadnju na gredicama. Možete računati da će popuniti cijelu teglu i prijeći preko rubova. Možemo je tako nazvati viseća pelargonija. Za južni balkon idealne su viseće i poluviseće pelargonije, dok je stajaća pelargonija pogodna za jugozapadne i zapadne balkone.

Sjeverni balkoni imaju malo jutarnjeg i popodnevnog sunca, a biljka kraljica sjevera je fuksija jer ne traži previše sunca. Iako su osjetljivije, zbog lijepih cvjetova vrijedi se oko njih potruditi. Čim ih posadite, dosta ih skratite kako bi se bolje razvile.



**Preporuka  
gđe Kornelije za  
sve one koji se bave  
turizmom glasi:  
vrtovi su dio javnog  
prostora i taj prostor  
puno govori o mjestu  
u kojem živimo.  
Ispred kuće trebale  
bi uvijek biti ukrasne  
biljke prilagođene  
prostoru gdje se  
objekta nalazi,  
a iza objekta trebao  
bi biti gospodarski  
dio: korisne biljke,  
povrtnjak,  
voćnjak i sl.**

# VAŠA PITANJA

Na pitanja odgovara Nela Kovačević, dipl. iur.  
nelakovacevic9@gmail.com  
Udruga za zaštitu potrošača

**Koliko je potrebno ključeva apartmana ili kuće za odmor osigurati gostima, ovisno o broju zvjezdica?**

Pravilnikom o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu nije propisano koliki broj ključeva za koji objekt prema broju zvjezdica ili po kojem drugom kriteriju iznajmljivač treba osigurati svojim gostima. Koliko će ključeva gostima dati na raspolaganje određuje sam iznajmljivač na temelju vlastite procjene. Preporučuje se propisati u kućnom redu što se događa u slučaju gubitka ključa/ključeva te kako je gost dužan postupiti u tom slučaju. To je preporuka, iako Pravilnikom nije propisano.

**Na tablici na kući nemam zvjezdice. Moram li kupiti novu tablicu sa zvjezdicama?**

Iznajmljivači koji su dobili rješenja prije 2009. godine, nemaju tablice sa zvjezdicama. Tablice sa zvjezdicama imaju samo oni koji su rješenje dobili nakon 2009. godine. Ako imate tablicu bez zvjezdica i rješenje izdano prije 2009., niste obvezni mijenjati tablicu. U slučaju da od vas inspektor traži tablicu sa zvjezdicama, dovoljno je dati mu rješenje na uvid.

**Radim s turističkom agencijom, do kada moram platiti boravišnu pristojbu koju plaćam po noćenju/po osobi?**

Osobe koje pružaju usluge „turistima“ (Zakon o boravišnoj pristojbi, članak 18. stavci 1. i 2.) te boravišnu pristojbu naplaćuju po noćenju, obvezni su plaćati boravišnu pristojbu:

- svakog 1. i 15. u mjesecu za sva noćenja u prethodnom razdoblju
- iznimno, kad se boravišna pristojba naplaćuje zajedno s uslugom koja je pružena na temelju ugovora s putničkom agencijom, iznos boravišne pristojbe uplaćuje se tri dana nakon naplate računa za pruženu uslugu, a najkasnije u roku od šezdeset dana od posljednjeg dana boravka osobe.

Ovo se odnosi samo na one koji plaćaju boravišnu pristojbu po noćenju, a ne na one koji plaćaju paušalno. Paušalisti plaćaju boravišnu pristojbu tri puta godišnje, u tri rate.



# SREDNJA DALMACIJA

Turistička zajednica  
Splitsko-dalmatinske županije

Prilaz braće Kaliterna 10/1, 21000 Split, Hrvatska

tel/fax: +385 (0) 21 490 032, 490 033, 490 036

*Srce Jadrana*

**HRVATSKA**

*Puna života*

[www.dalmatia.hr](http://www.dalmatia.hr) • [info@dalmatia.hr](mailto:info@dalmatia.hr)

# Cikloturizam kao prilika unapređenja obiteljskog smještaja



Više od 3500 km urednih biciklističkih staza Splitsko-dalmatinske županije privlači cikloturiste kojima je obiteljski smještaj sve češći izbor. Posebnu pažnju posvećujemo razvoju obiteljskog smještaja kao važnog dijela cikloturističke ponude.

Kolika je važnost podizanja kvalitete obiteljskog smještaja Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije već odavno je prepoznala. Aktivnosti koje se rade upravo na njegovom unapređenju brojne su. Jedan od najnovijih projekata kojim se podiže kvaliteta i atraktivnost obiteljskog smještaja je razvoj cikloturizma Splitsko-dalmatinske županije.

Signalizacijom je označeno 100 biciklističkih ruta ukupne duljine 3500 km.

**Više od 90 objekata  
u obiteljskom  
smještaju dobit će  
oznaku kvalitete  
„Central Dalmatia  
Bike“.**

Trenutačno je u županiji aktivno 45 certificiranih *bike*-vodiča uz koje djeluje deset *bike*-agencija i trideset pružatelja ostalih *bike*-usluga kao što su servisi, transporti i *bike*-dućani.

Biciklistima je na raspolaganju pet biciklističkih karata (Dalmatinska Zagora, otok Hvar, otok Brač, Makarska rivijera i Splitska rivijera – istok).

Aktivna je centralna cikloturistička internetska stranica Splitsko-dalmatinske županije

[www.dalmatia-bike.com](http://www.dalmatia-bike.com) čiji je sadržaj preveden na četiri svjetska jezika te sadrži sve potrebne informacije. Uz internetsku stranicu, biciklistima je na raspolaganju i mobilna QR aplikacija sa svim stazama, GPS koordinatama, kartama za mobilne uređaje i informacijama o vremenskim uvjetima na stazi. Također, održava se deset biciklističkih utrka najviše kategorije, ali i dvadeset regionalnih i rekreativnih utrka.

Danas na području županije djeluje sedamdeset *rent-a-bike*

iznajmljivača koji iznajmljuju bicikle najviše klase (*e-bike*, *downhill* bicikle, *MTB race*).

Procjenjuje se da će dobit od cikloturizma samo u 2017. biti čak 1.000.000 eura.

Splitsko-dalmatinska županija već je u 2016. godini preuzela jednu od vodećih pozicija u hrvatskom cikloturizmu u svim parametrima.

Prema riječima direktora Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije, Joška Stelle, razvoj cikloturizma podiže i kvalitetu obiteljskog smještaja jer je sve većem broju biciklista upravo obiteljski smještaj sve privlačniji. Biciklisti pripadaju onoj vrsti gostiju koja najčešće dolazi u destinaciju izvan glavne sezone, u proljeće i jesen kad je vrijeme još uvijek lijepo, ali nema gužvi kakve susrećemo u srcu turističke sezone. Osim boljih vremenskih prilika i manje gužve u destinaciji, bicikliste privatni smještaj sve više privlači jer u tom periodu cijene visokokvalitetnih apartmana i kuća za odmor znatno su niže.





Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije prepoznala je obiteljski smještaj kao važan segment ponude cikloturizma. U skladu s time oznaka kvalitete „Central Dalmatia Bike“ dodjeljuje se pružateljima ugostiteljskih usluga smještaja u domaćinstvu koji su iskazali interes za dobivanje ove oznake i to sljedeće vrste objekata: apartman u domaćinstvu, studio-apartman u domaćinstvu i kuća za odmor u domaćinstvu.

Da bi dobili ovu oznaku kvalitete, iznajmljivači moraju zadovoljiti osnovne kriterije:

- posjedovanje službene kategorizacije Ministarstva turizma;
- potpis ugovora o dodjeli oznake kvalitete „Central Dalmatia Bike“;
- uplata propisane kotizacije Biciklističkom savezu Splitsko-dalmatinske županije za dodjelu oznake kvalitete „Central Dalmatia Bike“;
- posjedovanje propisanog *bike*-paketa i poštivanje drugih propisanih tehničkih uvjeta;
- dopuštenje da povjerenstvo za dodjelu oznake kvalitete „Central Dalmatia Bike“ pristupi provjeri ispunjavanja uvjeta u objektu;
- dostava podataka o *bike*-objektu potrebnih za unos na [www.dalmatia-bike.com](http://www.dalmatia-bike.com).

Da bi objekt u obiteljskom smještaju bio certificiran kao

**Bed&Bike objekti moraju zadovoljiti, između ostalog, uvjete među kojima su i prijam gostiju na jednu noć i osiguranje prostorije za besplatan smještaj bicikli ili pisanu izjavu da se gostima dopušta unos bicikla u cijeli objekt.**

Bed&Bike objekt, potrebno je da ima *bike*-paket koji se sastoji od:

- metalne pumpe za dvije vrste ventila s mogućnošću pumpanja do 12 bara – 1 kom
- montirači za zračnice – 3 kom
- zračnica 26" i zračnica 700x23C – kom po 1
- bidon biciklistički 500 ml – 1 kom
- multifunkcionalni alat s 19 funkcija – 1 kom

Uz *bike*-paket, Bed&Bike objekti moraju zadovoljiti i druge tehničke uvjete kao što su:

- prijam gostiju na jednu noć;
- sigurna prostorija za besplatan smještaj bicikli ili pisana izjava da se gostima dopušta unos bicikli u cijeli objekt.

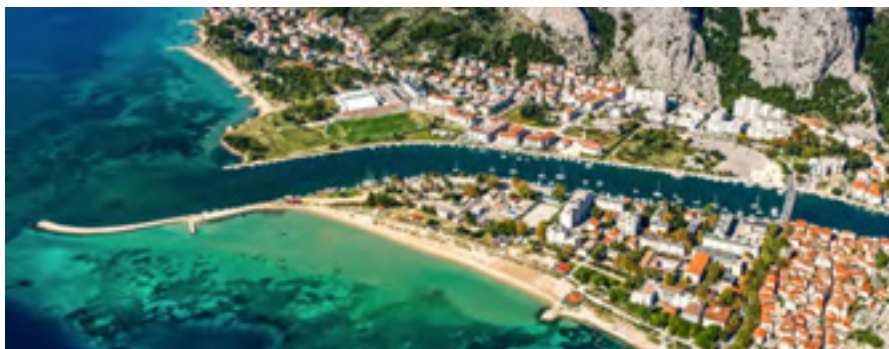
Tijekom ljeta 2017. godine bit će certificirano 90 „Bike&Bed“

objekata u Splitsko-dalmatinskoj županiji. Time je zaključen proces certifikacije za sezonu 2017. godinu. Certifikacija novih objekata nastavlja se najesen kada će biti objavljen drugi Javni poziv za dodjelu certifikata „Central Dalmatia Bike“.

Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije priprema se za odlazak na dva vodeća sajma specijalizirana za cikloturizam u Veroni i u Friedrichshafenu, te sufinancira organizaciju raznih cikloevenata kao što su „Uhvati vitar“ i „Tour of Croatia“.

Cilj projekta je podizanje kvalitete usluge turističke ponude cikloturizma, standardizacija kvalitete cikloturističkih usluga, postizanje bolje tržišne prepoznatljivosti, promocija na turističkom tržištu te organizacija zajedničkih programa edukacije i pokretanje zajedničkih programa obuke.

Dugogodišnji strukturirani razvoj cikloturizma i priprema obiteljskog smještaja za cikloturizam rezultirao je dodjelom oznake kvalitete „Central Dalmatia Bike“. Ova oznaka podići će prepoznatljivost i kvalitetu obiteljskog smještaja tj. onog dijela koji se odluči za certifikaciju te na taj način privući će goste visoke platežne moći u vrijeme kada nam najviše trebaju, a to je predsezona i postsezona.



Obiteljski iznajmljivači čine preko 80% ukupnih turističkih kapaciteta na području destinacije Omiš i ostvaruju preko 60% svih noćenja što je još jedan od pokazatelja posebnosti naše destinacije.

Upravo zbog ove činjenice TZG Omiš nastoji u svakodnevnom radu aktivno surađivati sa svojim članovima kroz brojne projekte i aktivnosti usmjerene na podizanje kvalitete, promociju destinacije i razvoj novih proizvoda. Ovo je kratak presjek naših aktivnosti:

- Web stranica TZG Omiš kao direktan kanal komunikacije s gostima s

posebnim pregledom smještajnih kapaciteta

- Subvencija izleta u pred i post sezoni tako da svaki dan u tjednu gosti imaju mogućnost odabira minimalno dva izleta bez obzira na broj prodanih karata
- TZG Omiš kao organizator i suorganizator manifestacija koje same po sebi predstavljaju primaran motiv dolaska gostiju: Gusarska bitka, Polumaraton i Dalmacija ultra trail
- Promocija destinacije kroz sajamske nastupe u suradnji sa TZSDŽ i poslovnim subjektima s područja destinacije (London, Oslo, Zurich, Berlin itd.)

- Promocija destinacije kroz suradnju s novinarima, blogerima i vlogerima u suradnji s TZ Splitsko dalmatinske županije i HTZ-om
- Promocija destinacije u raznim online i offline kanalima komunikacije: aktivnosti na društvenim mrežama, AdWords kampanja, vanjsko oglašavanje – jumbo plakati i mega bord, oglasi u stranim časopisima i vodičima kao što je francuski Le Petit Fute (prodano 82 000 komada u 2016.godini ) te video materijali.



Lošinj je primjer najbolje prakse za upravljanje kvalitetom u Hrvatskoj te destinacija s više od 2 milijuna ostvarenih noćenja godišnje. Rezultat je to dugogodišnjeg strateškog planiranja. Turistička zajednica Grada Malog Lošinja sudjeluje u razvitku i unaprjeđenju destinacijske ponude s ciljem podizanja kvalitete usluge, inovacije i kreativnosti u turizmu. Uz preporuke za bolje poslovanje, brojne su i aktivnosti koje **Turistička zajednica Grada Malog Lošinja** kontinuirano provodi u cilju napretka i suradnje s privatnim iznajmljivačima; 50% sufinancira marketinške aktivnosti

i tečajeve stranih jezika za privatne iznajmljivače te organizira brojne tematske edukacije. Tako i ove godine 50% sufinancira program stručne edukacije iz kulturno-povijesne i prirodne baštine cresko-lošinjskog otočja svim zainteresiranim privatnim iznajmljivačima. Isto tako, u suradnji s partnerima, nastavlja se projekt „Kartice za iznajmljivače“ kojim je iznajmljivačima omogućen niz pogodnosti pri kupovini u trgovinama na području Grada Malog Lošinja, kao i korištenju raznih usluga koje nude partneri u projektu. S ciljem održivosti kao načina života



te poslovanja, građani i iznajmljivači potiču se na čuvanje i uređivanje svog prirodnog zelenog okoliša. Tako u sklopu održavanja cvjetnog sajma Grad Mali Lošinj dijeli svim građanima sadnice cvijeća, a Turistička zajednica privatnim iznajmljivačima poklanja sadnice bilja. Kako bi otok vitalnosti potvrdio svoj autohtoni miomirisni identitet, tradicijski se održava projekt 'Lošinjski cvijet', nagrađivanje najljepše okućnice, terase i apartmana. S ciljem poticanja razvoja atraktivne zdravstvene i konkurentne destinacijske ponude u periodima izvan glavne sezone, organiziraju se brojne edukacije, radionice, forumi i festivali. Turistička zajednica Grada Malog Lošinja u suradnji s Gradom Mali Lošinj nastavlja provoditi online ankete o zadovoljstvu stanovništva turizmom na otoku Lošinj, a sve kako bi ukazali na potencijalne probleme i nedostatke te poboljšali kvalitetu pružanja usluga i proizvoda, kao i kvalitetu boravka u destinaciji.



Prepoznavši značaj obiteljskog smještaja u turističkoj ponudi svoje općine, direktorica **TZO Baška**, Ivana Kovačić organizira za svoje iznajmljivače edukativne radionice. U 2017. godini, u suradnji s tvrtkom Interligo, održana je početkom lipnja edukacija za male iznajmljivače na temu zakonskih obveza i komunikacije

s gostima. Osim navedenih tema obrađena je tema popunjavanja smještaja za sve one koje je početak ljeta zatekao s nedovoljnim brojem rezervacija. Iznajmljivače koji surađuju s turističkim agencijama i one koji rade s portalima ili samostalno educiralo se o mogućnostima koje mogu iskoristiti kako bi popunili "prazne" termine.

TZO Baška je također osigurala svim svojim iznajmljivačima besplatnu godišnju pretplatu na časopis "Apartman Plus" kako bi lakše pratili trendove vezane za obiteljski smještaj. Isto tako, svim iznajmljivačima na području TZO Baška osigurano je besplatno savjetovanje Savjetovališta za obiteljski smještaj Interligo.



**VODICE**  
moje mjesto

Pregled svih aktivnosti koje su direktno vezane za obiteljski smještaj:

- **TZ Grada Vodica** izdaje katalog privatnog smještaja koji se distribuira na turističkim sajmovima i u našim turističko-informativnim centrima, a popis iznajmljivača i kontakt podaci istaknuti su i na našoj internet stranici
- TZ grada Vodica na internetu ima

posebnu rubriku „Kutak za privatne iznajmljivače“ gdje objavljujemo korisne obavijesti za iznajmljivače, a redovno šaljemo i newsletter.

Također, kao komunikacijski kanal prema iznajmljivačima koristimo i lokalni informativni portal.

- TZ grada Vodica provodi on-line promotivne kampanje na najvećim emitivnim tržištima (Austrija, Njemačka, Italija, Slovenija, Češka, Poljska, Slovačka, Skandinavija...), a posebno Google AdWords kampanje pri čemu smještaj zauzima najvažniju poziciju
- TZ grada Vodica organizira edukacije i radionice za iznajmljivače: i u sljedećoj godini planiramo tečajeve engleskog jezika i informatike za pri čemu TZ sufinancira svakog polaznika s 400,00 kn (u suradnji s Centrom za izvrsnost Šibenik)
- Organiziramo edukativne radionice, kao što je radionica koje održava Interligo i prezentacija programa agencija na kojoj su se privatni iznajmljivači upoznali s dodatnim programima lokalnih agencija koje mogu preporučiti svojim gostima
- TZ grada Vodica provodi „Program vjernosti“ kojim nagrađuje

dugogodišnje goste Vodica (u 99% slučajeva to su gosti koji borave u privatnom smještaju a iznajmljivači sudjeluju tako da obavijeste TZ o kojim se gostima radi i u koje vrijeme borave kod njih)

- TZ grada Vodica na kraju turističke godine nagrađuje privatne iznajmljivače za dugogodišnje iznajmljivanje i za ostvarenu popunjenost kapaciteta)
- eventi koje organizira TZ grada Vodica namijenjeni su svim gostima koji borave u Vodicama, a većina vodičkih gostiju boravi upravo u privatnom smještaju
- TZG Vodice aktivno sudjeluje u projektu TZ Šibensko-kninske županije "Like Home", projekt brendiranja privatnog smještaja. Posebno ističemo da je prva markica "Like Home" dodijeljena iznajmljivaču s područja grada Vodica, obitelji Franić iz Prvić Šepurine. U 2016. godini dodijeljeno je 15 markica na području grada Vodica. Projekt se nastavlja, a za 2017. godinu najavljujemo i podbrendove (city bike, rural, luxury)
- obiteljski smještaj u Vodicama ostvaruje 65% od ukupnih noćenja.

TZ Šibensko-kninske županije

# Kod nas su mali iznajmljivači – veliki



Povećanje broja dolazaka u odnosu na prethodnu godinu koje iznosi 12,5%, kao i povećanje broja noćenja od 6,20% najbolje pokazuje razvoj turizma Šibensko-kninske županije koji se zadnjih godina ne zaustavlja. U tim nemalim brojkama više od polovice fizičkog prometa realizira se u obiteljskom smještaju. Također, udio privatnih iznajmljivača u ukupnim smještajnim kapacitetima je 65%.

Ove brojke pokazuju koliko je segment „malih iznajmljivača“ zapravo „velik“ te koliko obiteljski smještaj zauzima značajno mjesto. Ono što je još bitnije, kvaliteta obiteljskog smještaja raste iz godine u godinu, a naši gosti to prepoznaju i rado biraju smještaj kod domaćina.

Naravno da uvijek nije bilo tako. Direktoricu Turističke zajednice, po dolasku na ovu funkciju, koncem 2013. godine zatekla je znatno drugačija situacija od ove koja je danas. Brzo prepoznavši potencijal obiteljskog smještaja te potrebu da se situacija okrene u vlastitu korist,

**Kvaliteta obiteljskog smještaja u Šibensko-kninskoj županiji raste iz godine u godinu, gosti to prepoznaju i rado biraju smještaj kod domaćina.**



direktorica je odmah počela raditi na unapređenju takvog stanja. „Iako se nedostatak obiteljskog smještaja nad onim hotelskim pretpostavlja nedostatkom, mi

**Čak 65% smještajnih kapaciteta nalazi se u obiteljskom smještaju.**

smo to odlučili pretvoriti u našu prednost te situaciju da imamo 65% kapaciteta u obiteljskom smještaju odlučili smo pretvoriti u posebnost. Pokrenuli smo projekt *labelinga* obiteljskog smještaja, a sve kako bismo povećali razinu kvalitete, bolju vidljivost i konkurentnost kako obiteljskog smještaja tako i destinacije. Projekt provodimo u suradnji sa sustavom turističkih zajednica na području županije, pod marketinškim imenom *Like HOME*.”

**Podizanje kvalitete obiteljskog smještaja županije radi se kroz labeling, edukacije, publikacije, savjetovanja vlasnika obiteljskog smještaja.**

Riječ je o skupini standarda i mjerila kojima se želi stvoriti nova osnova za povezivanje nositelja obiteljskog smještaja, tj. o svojevrsnoj nadopuni postojećeg sustava kategorizacije s ciljem povećanja konkurentnosti i razine kvalitete apartmana, soba i kuća koje se privatno iznajmljuju.

Diljem županije organizirale su se edukacije za male iznajmljivače u kojima se iznajmljivače upoznavalo s novim trendovima u uređenju, prezentaciji, oglašavanju, i sl. Budući da na području Šibensko-kninske županije postoji velik broj kvalitetnih jedinica obiteljskog

smještaja, Turistička zajednica Šibensko-kninske županije provela je Javni poziv namijenjen iznajmljivačima za ulazak u klub kvalitete u 2 kruga. Prijavila su se 103 iznajmljivača od kojih je kriterije zadovoljilo 88 objekata. Trenutačno uvodimo i podbrendove projekta Like Home, i to njih četiri: City, Bike, Rural te Luxury i Luxury Premium, a objavljen je i javni poziv za uključivanje u projekt, kako za krovni brend tako i za podbrendove koji je otvoren do 16. lipnja. City je podbrand kojim bismo promovirali apartmane u staroj gradskoj jezgri koji imaju svoje specifičnosti, a Rural suprotno tome označuje kvalitetan boravak u zaleđu naše županije i na otocima. Bike je logična nadogradnja na projekt razvoja cikloturizma u Šibensko-kninskoj županiji koji također razvijamo već dvije godine sa sustavom turističkih zajednica na

području naše županije. Određena novina i izuzetak je 4. podbrand, tj. Luxury, a koji se sastoji od dva tipa: Luxury (luksuzni apartmani) i Luxury premium (luksuzne kuće za odmor) kojim ćemo unutar kluba kvalitete Like Home promovirati i segment luksuznog turizma u obiteljskom smještaju kako bismo postali destinacija visoke kvalitete usluge i podizali vrijednost destinacije u svim segmentima ponude i usluga.

Isto tako, svim iznajmljivačima Šibensko-kninske županije osiguran je besplatan primjerak časopisa Apartman Plus u elektronskom izdanju kako bi mogli pratiti sve novosti i trendove u vezi s povećanjem kvalitete u svojim smještajnim jedinicama. Županija je i svojim iznajmljivačima osigurala jednom godišnje besplatno savjetovanje u Savjetovalištu za obiteljski smještaj "Interligo".

## Ritam čarobne Dalmacije



Izvor: HTZ  
Foto: Ivo Bločina



Izvor: HTZ  
Foto: HTZ



TURISTIČKA ZAJEDNICA  
ŠIBENSKO-KNINSKE  
ŽUPANIJE

- 2 nacionalna parka • 11 srednjovjekovnih utvrda
- 230 spomenika kulture • 300 otoka
- 600 arheoloških lokaliteta

[www.sibenikregion.com](http://www.sibenikregion.com)





**Grad Krk** i otok u cjelini ima dugu tradiciju bavljenja turizmom. Smještaj kod domaćina ili takozvani privatni smještaj uvijek je igrao važnu ulogu turističkom identitetu otoka i grada.

Grad Krk danas raspolaže s kapacitetom za prihvat preko 12.500 turista. Ukupan broj ležajeva u privatnom smještaju je 7.500, što čini 66% svih kapaciteta. U 2016. godini na području grada ostvareno je preko 1.150.000 noćenja, a od toga u privatnom smještaju preko 480.000 što čini 40% u ukupnom broju noćenja. Iz ovih podataka vidljivo je da je iskoristivost privatnog smještaja manja u odnosu na ostale vrste smještaja.

Vlasnicima smještaja u domaćinstvu sasvim sigurno ne ide u prilog činjenica da raste kapacitet u mobilnim kućicama u krčkim kampovima, a raste i kvaliteta ponude u istima. Krčki kampovi se svrstavaju u red najkvalitetnijih na Jadranu, a njihova je kvaliteta prepoznata i u europskim okvirima o čemu govore brojne nagrade koje svake godine pristižu s raznih strana. U pred i posezoni, kada je smještaj u kampovima cjenovno u rangu smještaja u apartmanima i kućama za odmor, kampovi predstavlja jednu novu



konkurenciju i za privatni smještaj. Uz sve navedeno, na vlasnicima kuća za odmor i apartmana velik je izazov da ostanu konkurenti i zadrže svoje goste i tržište. Jasno je da je standardni smještaj teže popuniti, pa dio vlasnika ulaže u povećanje kvalitete i obogaćenje ponude i u marketinške vještine. Doprinos stjecanju potrebnih vještina daju i turističke zajednice tako da se organiziraju edukacije iz tema koje vlasnicima mogu pomoći u obavljanju djelatnosti. Posljednjih godina prisutan trend uređenja i izgradnje kuća za odmor i vila u unutrašnjosti otoka, koje nude standard usluge za zahtjevnije goste, i njihova popunjenost i cijene znatno su veća od prosjeka. To su uglavnom objekti za 4\* i 5\*, opremljeni bazenima, često wellnessima i ostalim sadržajima, te se odlično pune u pred i posezoni, što nije slučaj sa standardnim smještajem. Uz sve kvalitetniji smještaj, na otoku je puno sportskih, kulturnih, gastro i drugih tematskih događanja koja se organiziraju kako bi se obogatila ponuda destinacija. Također je bogata je ponuda izleta i drugih atraktivnih sadržaja. U cilju boljeg komunikacije s gostima koji borave na otoku, turističke zajednice su zajednički pokrenule portal za promociju događanja «Ala šu» [www.ala-su.hr](http://www.ala-su.hr) kako bi se pravovremeno gosti informirali te posjetili neko od događanja u okolici. Svi navedeni sadržaji mogu se aktivnije nuditi s privatnim smještajem kao destinacijski proizvod u cilju povećanja konkurentnost i udjela na tržištu.



Ljepota netaknute prirode i djevičanske uvale obilježje su cijelog Pelješca pa tako i **Orebića**, najvećeg mjesta na poluotoku, smještenog na njegovom zapadnom dijelu. Nad njim bdije sveti Ilija, najviši vrh Pelješca. Da je Pelješac poluotok pomoraca i kapetana u Orebiću ćete posebno osjetiti. Kako budete koračali njegovim kamenim ulicama, nizat će se uz vas stare kapetanske vile, okružene raskošnim vrtovima punih aromatičnog bilja, limuna, naranči ali i egzotičnog bilja koje su pomorci donosili s dalekih putovanja. Orebić rado posjećuju ljubitelji aktivnog odmora koji istražuju njegove čari dugim šetnjama ili vožnjom bicikla. Staze će vas voditi uz more, maslinike i usnula sela. I oni



koji traže više adrenalina na pravom su mjestu. Na neasfaltiranim putevima uživati će ljubitelji brdskog biciklizma, dok sveti Ilija predstavlja izazov svakom planinaru. Penjači će inspiraciju pronaći na nekoj od brojnih stijena, dok će ljubitelji vodenih sportova odlučiti za sve popularnije veslanje na dasci, kayaking ili za ronjenje. U podmorju vas očekuje svijet pun endemičnih vrsta jadranske flore i faune, potopljenih rimskih galija i ratnih brodova. U tu avanturu krenite u sklopu

profesionalnog tečaja, škole ronjenja. Zaštitni znak vodenih sportova u Orebiću je *windsurfing*. Kučište i Viganj najpopularnije su lokacije za lovljenje zapadnog maestrala i kroćenje valova a nalaze se na južnom djelu Pelješkog kanala. Viganj je svake godine domaćin otvorenog prvenstva Hrvatske u surfanju na dasci, pa će tako ove godine Viganj Slalom Open 2017. biti održan od 20. do 25. lipnja. Srednjoeuropsko prvenstvo u *windsurfingu* slijedi od 18. do 23. srpnja.



Savjetovanište za vlasnike apartmana, kuća za odmor, soba, ...

Pružamo usluge unapređenja poslovanja za vlasnike apartmana, soba, kuća za odmor i male poduzetnike u turizmu

- OGLAŠAVANJE
- UREĐENJE
- PREZENTACIJA
- BESPOVRATNA SREDSTVA
- EDUKACIJE



Interligo  
Velebitska 148 c  
21000 Split  
www.interligo.hr  
interligo@interligo.hr

00385 99 319 89 62  
Skype: meri.kraljevic  
Viber: 099/3198962

00385 99 385 00 22  
Skype: anamarija.cicarelli  
Viber: 099/3850022

# Test



## 1. Kad se osjećate najbolje?

- a. Ujutro
- b. Poslije podne i prevečer
- c. Kasno navečer

## 2. Kad hodate, hodate...

- a. Dosta brzo, dugim koracima
- b. Relativno brzo, sitnim koracima
- c. Ne baš brzo, uspravne glave, gledajući ispred sebe
- d. Ne baš brzo, sagnute glave
- e. Vrlo polako

## 3. Kad razgovarate s ljudima...

- a. Stojite prekrštenih ruku
- b. Imate sklopljene ruke
- c. Jednu ili obje ruke držite na bokovima
- d. Dodirujete ili gurkate osobu s kojom razgovarate
- e. Igrate se sa svojim uhom, dodirujete bradu ili uvijate kosu

## 4. Kad se odmarate, sjedite...

- a. Savinutih koljena, noge su opuštene jedna uz drugu
- b. Prekrštenih nogu
- c. Ravno ispruženih nogu
- d. Na jednoj nozi savinutoj ispod vas

## 5. Kad vas nešto uistinu zabavlja, reagirate...

- a. Glasnim smijehom
- b. Smijehom, ali ne glasnim
- c. Tihim smijuckanjem
- d. Sramežljivim smiješkom

## 6. Kad idete na neko društveno okupljanje...

- a. Glasni ste pri dolasku, tako da vas svatko uoči
- b. Dolazite neopaženo i gledate uokolo u potrazi za poznatim ljudima
- c. Potpuno ste neprimjetni i pokušavate da vas nitko ne opazi

## 7. Jako ste se udubili u nešto, vrlo ste zaposleni i netko vas prekida...

- a. Sretni ste zbog prekida
- b. Krajnje ste iznervirani zbog toga
- c. Negdje ste između te dvije krajnosti

## 8. Koja vam je boja najdraža?

- a. Crvena ili narančasta
- b. Crna

- c. Žuta ili svjetloplava
- d. Zelena

- e. Tamnoplava ili ljubičasta
- f. Bijela
- g. Smeđa ili siva

## 9. Kad ste navečer u krevetu, nekoliko trenutaka prije nego što ćete zaspati...

- a. Ispruženi ste na leđima
- b. Ispruženi ste potrbuške
- c. Lagano ste se savinuli na boku
- d. Glavu ste oslonili na jednu ruku
- e. Glava vam je ispod pokrivača

## 10. Često sanjate da...

- a. Padate
- b. Se tučete ili borite
- c. Nešto ili nekoga tražite
- d. Da letite ili lebdite
- e. Uglavnom ne sanjate
- f. Snovi su vam uvijek zgodni



## REZULTATI

- |  |   |   |   |
|--|---|---|---|
| 1. a) 2 boda<br>b) 4 boda<br>c) 6 bodova                               | 4. a) 4 boda<br>b) 6 bodova<br>c) 2 boda<br>d) 1 bod  | 7. a) 6 bodova<br>b) 2 boda<br>c) 4 boda  | 9. a) 7 bodova<br>b) 6 bodova<br>c) 4 boda<br>d) 2 boda<br>e) 1 bod               |
| 2. a) 6 bodova<br>b) 4 boda<br>c) 7 bodova<br>d) 2 boda<br>e) 1 bod    | 5. a) 6 bodova<br>b) 4 boda<br>c) 3 boda<br>d) 2 boda | 8. a) 6 bodova<br>b) 7 bodova<br>c) 5 bodova<br>d) 4 boda<br>e) 3 boda<br>f) 2 boda<br>g) 1 bod | 10. a) 4 boda<br>b) 2 boda<br>c) 3 boda<br>d) 5 bodova<br>e) 6 bodova<br>f) 1 bod |
| 3. a) 4 boda<br>b) 2 boda<br>c) 5 bodova<br>d) 7 bodova<br>e) 6 bodova | 6. a) 6 bodova<br>b) 4 boda<br>c) 2 boda              |   |   |

Sada zbrojite svoje bodove i pogledajte rezultat.

### Više od 60 bodova:

#### **DOMINANTNOST**

Drugi vas vide kao osobu s kojom treba "pažljivo postupati", kao oholu, egocentričnu i izrazito dominantnu osobu. Neki vam se dive i žele biti poput vas, ali vam ne vjeruju uvijek i oklijevaju stupiti s vama u neki dublji odnos.

### Od 51 do 60 bodova:

#### **TEMPERAMENTNOST**

Drugi vas vide kao uzbudljivu osobu, eksplozivnog temperamenta, impulzivnu, kao prirodnog vođu koji brzo donosi odluke, iako ne uvijek ispravne. Smatraju vas hrabrim, avanturistički nastrojenim, kao nekoga tko će se uvijek usuditi pokušati i tko uživa u avanturi. Uživaju biti u vašem društvu zbog uzbudljivosti kojom zračite.

### Od 41 do 50 bodova:

#### **PRAKTIČNOST**

Drugi vas vide kao direktnu, živahnu, šarmantnu, zabavnu, praktičnu i uvijek zanimljivu osobu koja je uvijek u centru pažnje, ali koja je dovoljno uravnotežena da joj to ne udari u glavu. Također, smatraju vas ljubaznom, obzirnom osobom punom razumijevanja koja će uvijek razveseliti i pomoći.

### Od 31 do 40 bodova:

#### **ODANOST**

Drugi vas vide kao razumnu, opreznu, brižnu osobu, pametnu, talentiranu, ali skromnu. Niste osoba koja prebrzo sklapa prijateljstva, ali ste izrazito odani onima koji postanu vašim prijateljima i zauzvrat očekujete istu odanost. Oni koji vas stvarno upoznaju, shvaćaju da je potrebno uistinu puno da se vaša vjera u prijatelja pokoleba, ali vam isto tako treba puno da zaboravite, ako se to uistinu i dogodi.

### Od 21 do 30 bodova:

#### **OPREZNOST**

Prijatelji vas smatraju savjesnom i pedantnom osobom. Vide vas kao vrlo opreznu, izrazito brižnu osobu, kao nekoga tko polagano i ustrajno radi. Uistinu bi ih iznenadilo da iznenada reagirate impulzivno, jer očekuju od vas da sve ispitujete pažljivo iz svakog ugla i tek onda odustanete. Smatraju da je razlog tome vaša oprezna priroda.

### Manje od 21 boda:

#### **NEODLUČNOST**

Ljudi vas smatraju sramežljivom, nervoznom, neodlučnom osobom, za koju se potrebno brinuti, koja uvijek želi da netko drugi donese odluku i koja se ne želi ni u što miješati. Vi ste za njih vječno uznemirena osoba koja samo vidi nepostojeće probleme. Neki ljudi vas smatraju dosadnima. Samo oni koji vas dobro poznaju znaju da to niste.

# HOROSKOP ZA DOMAĆINE



## OVAN (21. 3. – 20. 4.)

Imate puno planova, ali vam izgledaju gotovo nemogući. Budite oprezni kod sklapanja poslova, posebno kada je u pitanju partnerski odnos. Morat ćete biti posebno oprezni, naročito ako se radi o šefovima koji su rođeni u znaku Bika, Vage, Raka ili Jarca. Žene koje rade u državnim ustanovama mogu vam praviti probleme, a od sredine srpnja situacija postaje povoljnija i moći ćete lakše komunicirati s kolegama, posebno u okviru timskog rada. Mnogi će vas pokušati odgovoriti od vaših poslovnih namjera, naročito ako imaju veze s politikom ili ako ste prisutni na bilo koji način u javnosti.



## BIK (21. 4. – 21. 5.)

Ovo je povoljno razdoblje ako budete spremni na kompromise. Svojevoljnost, glavna osobina vašeg znaka, bit će aktivirana sredinom lipnja. Dobro pazite s kim pravite dogovore. Sve do početka srpnja morate taktizirati, a rezultati mogu biti prilično nezadovoljavajući. Ako budete u okviru tajnih dogovora s Jarcem, Škorpionom ili drugim Bikom, budite spremni

na realizaciju novog projekta. Potrudite se jer će vam se isplatiti uloženo. Slušajte svoju intuiciju jer bi mogla rezultirati nečime za vas profitabilnim.



## BLIZANCI (22. 5. – 21. 6.)

Predstavnici ovog znaka trebali bi iskoristiti sjajne prilike za zaradu. Sve što ste započeli prije dvije do tri godine, trebalo bi biti centar vaše pažnje. Umjetnici, sportaši i turistički djelatnici, bit će spremni na naporan rad kako bi postigli uspjeh, a konkurencija će biti posebno jaka od polovice srpnja do polovice kolovoza. U lipnju nemojte biti brzopleti i nesmotreni kod donošenja važnih odluka. Mogli biste nesmotreno ući u nove poslove s mnogo iskusnijima od vas, no neće baš svi biti dobronamjerni.



## RAK (22. 6. – 22. 7.)

Za mnoge predstavnike ovog znaka prethodna godina bila je prijelomna i mnogi su se uglavnom bavili poslovima koji imaju veze s nekretninama. Onima kojima je dobro krenulo prošle godine, kreće nabolje i ove godine, ali oni koji su imali probleme bilo financijske ili statusne prirode, morali bi

nešto promijeni u svom načinu poslovanja jer bi se problemi mogli nastaviti. Ovog proljeća obratite više pažnje na kondiciju jer biste mogli imati kakvih problema sa zdravljem.



## LAV (23. 7. – 22. 8.)

Ovo je jedna od onih godina na koje ste dugo čekali. Što prije završite sve što ste planirali, bilo koju vrstu usavršavanja, naročito ako ste krenuli s ozbiljnijim učenjem stranih jezika. Čime god se bavili, oslušujete svoj unutarnji glas koji će vam biti najbolji vodič kako se trebate postaviti, a oni koji se na bilo koji način dvoume u vezi s karijerom, trebali bi napokon odlučiti. Mnogi će imati osjećaj kako im izmiču neke prilike, trebaju se priviknuti na neke nove okolnosti, a zapravo u sebi će osjećati potrebu kako nastaviti baviti se poslom kojim su se nekada bavili.



## DJEVICA (23. 8. – 22. 9.)

Ova 2017. godina može biti veoma dobra. Trebate raditi ono što se od vas očekuje i oslanjati se na pomoć i savjete prijatelja. Do početka srpnja budite oprezni u radu sa svojevolum

suradnicima, naročito s Jarcem, Bikom ili Ovnom. Sredina kolovoza može donijeti stres u timskom radu. Ako imate dobro razrađen posao, tada biste mogli imati velik priljev novca u radu sa zemljama njemačkog jezičnog područja ili Rusijom.



### VAGA (23. 9. – 22. 10.)

Početak godine niste imali mnogo prilika za nametanje svoje volje. Ako budete dovoljno taktični, što se svakako preporučuje sve do kraja lipnja, imate priliku dobiti poziciju koju želite. Radite ono što se od vas očekuje, a ako imate samostalan posao, morat ćete pristati na neke kompromise. Početkom srpnja možete biti previše neodgovorni ili nesmotreni i propustiti dobru priliku za zaradu. Imat ćete podršku osoba koje su poznate. Između sredine srpnja i sredine kolovoza dobit ćete izazovan prijedlog na koji nećete moći ostati ravnodušni.



### ŠKORPION (23. 10. – 21. 11.)

Neki nov, uspješan period za vas krenuo je krajem svibnja i, ako ste tada shvatili da je došlo vaših pet minuta kako biste se posvetili kojem poslu za koji ste izuzetno talentirani, možete očekivati veliki uspjeh i na međunarodnom nivou. Ako se bavite poslom zbog kojeg ste prisutni u javnosti, to će značiti za vas veliku priliku za proširenje poslova. Ovo bi mogla biti godina velikih preokreta u kojoj ćete morati sve do kraja lipnja biti dobro informirani kako biste nastavili suradnju s istim suradnicima.



### STRIJELAC (22. 11. – 21. 12.)

Mnogim predstavnicima vašeg znaka 2017. godina mogla bi donijeti veliki uspjeh. Letargično ponašanje i sklonost povremenoj malodušnosti i popustljivom stavu, neće više biti karakteristično za vas i nećete imati potrebu povlačiti se od svijeta, već ćete se uključiti u velike poslove. Netko će pozitivno utjecati na vaš entuzijizam naročito u drugoj polovici kolovoza. Godina mogućih velikih zaokreta na poslovnom planu i velikih prilika za uspjeh je pred vama.



### JARAC (22. 12. – 20. 1.)

Ova 2017. bit će veoma značajna godina i vi ste jedan od onih znakova koji treba napraviti najveći pomak u karijeri. Potrebno je iskoristiti sve mogućnosti u vezi s poslom u javnosti i, ako je potrebno, promijeniti djelatnost ili prihvatiti ponudu iz inozemstva. Vaše samopouzdanje neće biti baš tako sjajno ili ćete imati mnogo obaveza, mnogo stresa, ali ćete pokazati dovoljno strpljenja i smisla za planiranje. Povremeno možete ishitreno reagirati na ono što vam ne odgovara zbog čega možete doći u sukob sa suradnicima.



### VODENJAK (21. 1. – 18. 2.)

Ovo je na neki način prijelomna godina za vas jer ono što ste dugo i, moguće, naporno radili ili ste u vezi s čime dugo oklijevali tijekom ove godine, moglo bi se završiti. Predstavnicima

vašeg znaka spadaju u one koji mogu računati na pomoć prijatelja. Okruženi ste prijateljima iako možda niste sposobni prepoznati ih niti ih cijenite koliko bi trebalo, a neka dugogodišnja poznanstva mogu biti za vas veoma značajna ako želite započeti nov projekt. Ova 2017. donosi vam naglašenu kreativnost i spremni ste oslušivati sebe i radite sve ono što se od vas očekuje.



### RIBE (19. 2. – 20. 3.)

Netko će vam ponuditi posao koji vam neće u potpunosti odgovarati, ali u kolovozu možete dobiti nepouzdanu suradnike i neke loše poslovne ponude. U polovici srpnja pazite da ne napravite pogrešnu procjenu situacije kako ne biste ušli nesmotreno u posao koji se neće pokazati kao isplativ. Vaša potreba da napravite značajne zaokrete u karijeri ili da u okviru poslovanja unesete neke promijene, naići će na odobravanje kolega, ali će od vas zahtijevati da budete maksimalno posvećeni poslu. Mnogi od vas bit će spremni na fizičku iscrpljenost do krajnjih granica kako bi u roku završili planirane poslove.



# Trenutak za odmor, kutak za humor

Neobična pitanja koja su prikupili djelatnici u turizmu, a nama izmamili osmijeh na lica. Primjeri odgovora koje nikako ne smijete napisati, ali nije grijeh sebi promrmljati u bradu :-)

Hoću li moći vidjeti  
magarce po ulici?

Ovisi o tome  
koliko ste popili.

Želim pješke prijeći od  
Rijeke do Splita, mogu li  
to sve uz obalu Jadrana?

Naravno, samo ponesite  
malo više vode.

Smijem li unijeti pribor za  
jelo u Hrvatsku?

Nije potrebno, jedite  
prstima kao i mi.

Hoćemo li moći  
razgovarati na engleskom  
jeziku u većini mjesta  
koje planiramo posjetiti?

Naravno, samo ga  
moramo naučiti.





### VATROGASNI APARAT

Vatrogasni aparat mali iznajmljivač koji ne nudi hranu, piće i napitke, već samo smještaj ne treba imati. Ako pružatelj ugostiteljske usluge smještaja u domaćinstvu nudi hranu, piće i napitke, također ne mora imati vatrogasni aparat već vatrootpornu deku.

Iako se preporučuje posjedovanje vatrogasnog aparata, posjedovanje istog nije propisano Zakonom o ugostiteljskoj djelatnosti kao ni Pravilnikom o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu.



### PLAN

#### EVAKUACIJE

Posjedovanje Plana evakuacije obvezno je za sve objekte i smještajne jedinice prema Pravilniku o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu, bez obzira na broj zvjezdica.

### Što su OTA kanali

OTA - online turističke agencije, često nazivani "portali", "digitalne platforme za posredovanje u turizmu", "rezervacijski sustavi" i sl.

Toj skupini pripadaju booking.com, airbnb.com, expedia.com, housetrip.com,...

**Booking.com**



**HOUSE  
TRIP**



### Google i turizam

Dugo se govorilo o ulasku Googla na turističko tržište, o spajanju s Booking.com-om i sl.

Potpredsjednik Googla, Oliver Heckmann, na konferenciji E-Travel World (ITB u Berlinu) je izjavio da Google neće ući na tržište na način da postane konkurent turističkim agencijama, OTA kanalima i drugima.

Ipak, trendovi se mijenjaju kroz samo nekoliko mjeseci, nekad i kraće, pa bez obzira na njegov odgovor, kako će se Google ponašati pitanje je tržišta a ne osoba koje ga vode.

### Zašto Google Street View

Poboljšava položaj na SEO-u, produljuje vrijeme provedeno na stranici, povećava mogućnost turista da izvrši uplatu.



# Pretplatite se!

Iskoristite pogodnost pretplate na godišnje tiskano izdanja časopisa "Apartman Plus".

Godišnja pretplata na tiskano izdanje časopisa iznosi 200,00 kn za četiri izdanja.

Godišnja pretplata na elektronsko izdanje časopisa iznosi 50,00 kn za četiri izdanja.

## Svi pretplatnici ostvaruju pravo na:

- jedno besplatno savjetovanje godišnje u Savjetovalištu za obiteljski smještaj Interligo, osobnim dolaskom ili e-mailom,
- besplatna analiza internet oglašavanja,
- besplatno mjesečno korištenje aplikacije RentlIO.

Časopis u tiskanom izdanju dostavlja se na adresu pretplatnika.  
Časopis u elektronskom izdanju dostavlja se na e-mail pretplatnika.

Besplatnu godišnju pretplatu iznajmljivači mogu dobiti upitom kod turističke zajednice koja je platila pretplatu u ime svojih iznajmljivača a vidljive su u časopisu. **Kontaktirajte svoju turističku zajednicu!**

## Zašto se pretplatiti:

- praćenje svih aktualnosti; oglašavanje, zakonske obveze, poslovanje apartmana, soba, kuća za odmor,...
- besplatna dostava u vaš poštanski sandučić (za pravne osobe zatražite predračun)
- besplatno savjetovanje
- pogodnosti partnera

Pretplatiti se možete i pozivom na broj telefona 099 2964 440.

Za sve dodatne upite kontaktirajte nas na [interligo@interligo.hr](mailto:interligo@interligo.hr).





[www.montanense.com](http://www.montanense.com)

[info@montanense.com](mailto:info@montanense.com)

## STRANI JEZICI, TUMAČI I PREVODITELJI

**Tečajevi engleskog, njemačkog i talijanskog za djelatnike u turizmu (privatni iznajmljivači, recepcioneri, voditelji turističkih agencija, konobari...)**  
**Stručni i kvalitetni prijevodi turističkih tekstova (internetske stranice, brošure, jelovnici, blog objave...)**

- Rad u malim grupama po već provjerenoj MONTANENSE metodi!
- Jezične konzultacije
- Monta-Optim@ grupe - grupe "po mjeri" - u skladu s Vašim potrebama, mogućnostima, profilom, predznanjem!
- In - house tečajevi poslovne komunikacije za TVRTKE - u skladu s korporativnim potrebama i ciljevima
- ONLINE TEČAJEVI stranih jezika - učite strani jezik gdje god se nalazili
- Tečajevi za srednjoškolce, mlade i odrasle
- Individualne pripreme za maturu - engleski i hrvatski jezik
- Nove visoko tehnološki opremljene učionice

### Jezici

**ENGLISKI, NJEMAČKI, TALIJANSKI, FRANCUSKI, ŠPANSKI, HRVATSKI ZA STRANCE**

### Vrste prevoditeljskih usluga

- Prevođenje tekstova, sudski ovjereni prijevodi (prijevodi osobnih dokumenata, pravne dokumentacije...)
- Usmeni prijevodi SIMULTANO I KONSEKUTIVNO prevođenje
- Prevođenje internetskih stranica i elektronskih medija
- Lektura

### Zašto odabrati usluge Montanense-a

- Jako povoljne i razumne cijene
- Poštovanje unaprijed dogovorenih rokova
- Visoko kvalitetni prijevodi opće i stručne terminologije
- Profesionalan i kvalificiran stručan kadar

### Prijevodi i sudsko tumačenje s i na

**ENGLISKI, NJEMAČKI, TALIJANSKI, FRANCUSKI, ŠPANSKI, POLJSKI, SLOVENSKI, MAKEDONSKI, RUSKI, NORVEŠKI, NIZOZEMSKI, PORTUGALSKI, ČEŠKI, SLOVAČKI, ARAPSKI**

**Vukovarska 148c 21 000 Split Hrvatska**  
**T. +385 21 470 280 M. +385 91 470 2800**  
**[info@montanense.com](mailto:info@montanense.com) [www.montanense.com](http://www.montanense.com)**



# RBA Turistički kredit



**ZA KUPNJU, IZGRADNJU,  
DOKONČANJE, DOGRADNJU**

## Pripremite se za sezonu uz RBA Turistički kredit!

Kupite, izgradite, adaptirajte i opremite svoje smještajne kapacitete uz posebne pogodnosti:

- korisnik kredita može biti i osoba koja ostvaruje prihod samo od bavljenja turizmom
- mogućnost izbora mjesečne ili godišnje otplate kredita
- isplata cijelog iznosa odobrenog kredita na tekući račun ili u gotovini
- mogućnost realizacije kredita bez hipoteke
- kratkoročni kumski krediti za obrtna sredstva malim poduzetnicima uz povoljnu kamatnu stopu



**Raiffeisen  
BANK**